

ACTUALIZACIÓN Y DEFINICIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO PARA EL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES EN COLOMBIA



HOJA DE RUTA

JUNIO de 2016

CONTENIDOS

- A. ASPECTOS METODOLÓGICOS
- B. INPUTS DEL SECTOR
- C. DEFINICIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS
- D. ENFOQUE SECTOR – MERCADOS OPORTUNIDAD
- E. HOJA DE RUTA
- F. INDICADORES DE SEGUIMIENTO

CONTENIDOS

A. ASPECTOS METODOLÓGICOS

B. INPUTS DEL SECTOR

C. DEFINICIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

D. ENFOQUE SECTOR – MERCADOS OPORTUNIDAD

E. HOJA DE RUTA

F. INDICADORES DE SEGUIMIENTO

PARTICIPACIÓN DEL SECTOR



PARTICIPACIÓN DEL SECTOR



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



TODOS POR UN
NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN



Programa de
Transformación
Productiva

Sectores de clase mundial



inexmoda
Instituto para la exportación y la moda



ARTURO TEJADA CANO
ESCUELA DE DISEÑO & MERCADEO DE MODA

Cluster

BOGOTÁ

Prendas
de Vestir

ANDI



Cámara de
Comercio de
Cali

Cámara
de Comercio
de Bogotá



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



Universidad
Pontificia
Bolivariana

80
AÑOS



CLUSTER TEXTIL / CONFECCIÓN
DISEÑO Y MODA®
MEDELLÍN & ANTIOQUIA



CÁMARA DE COMERCIO®
DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA

ELABORACIÓN DE LA HOJA DE RUTA



CONTENIDOS

A. ASPECTOS METODOLÓGICOS

B. INPUTS DEL SECTOR

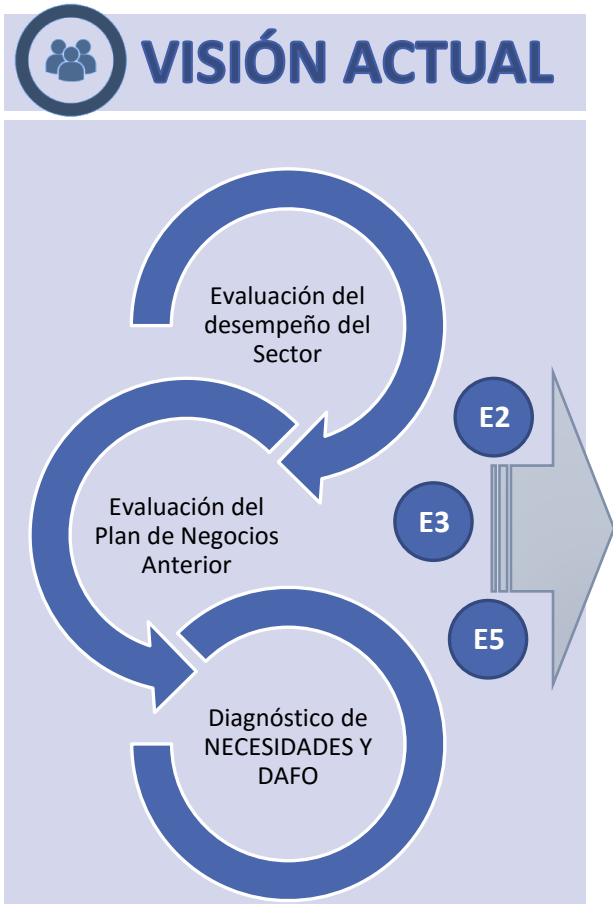
C. DEFINICIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

D. ENFOQUE SECTOR – MERCADOS OPORTUNIDAD

E. HOJA DE RUTA

F. INDICADORES DE SEGUIMIENTO





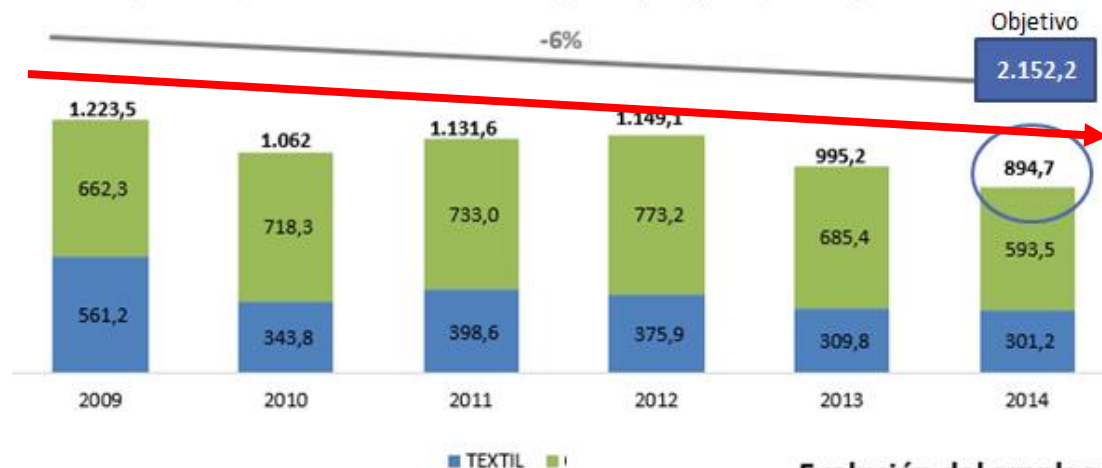
EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL SECTOR

EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS ANTERIOR

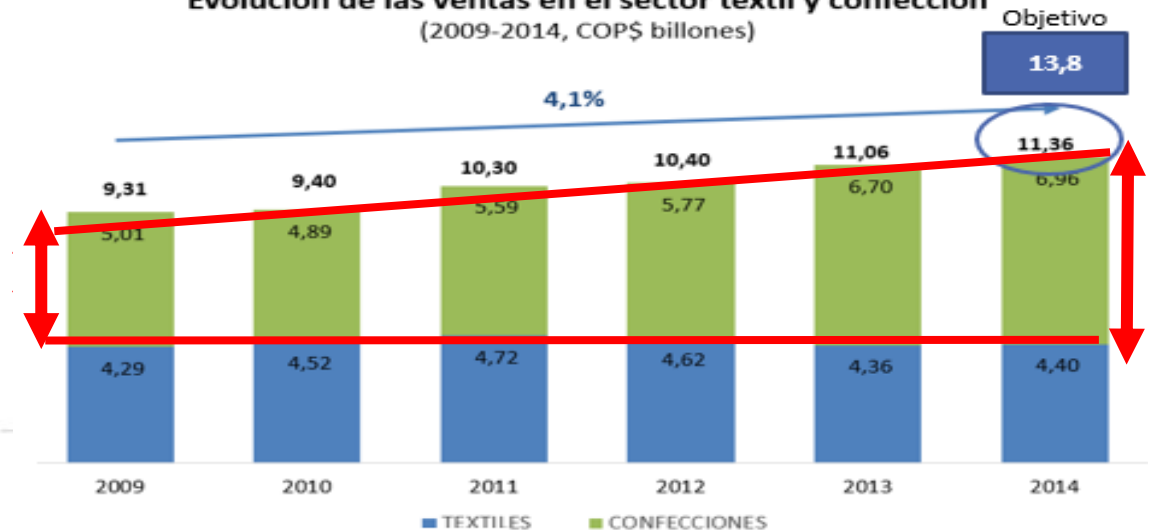
DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES Y DAFO

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL SECTOR

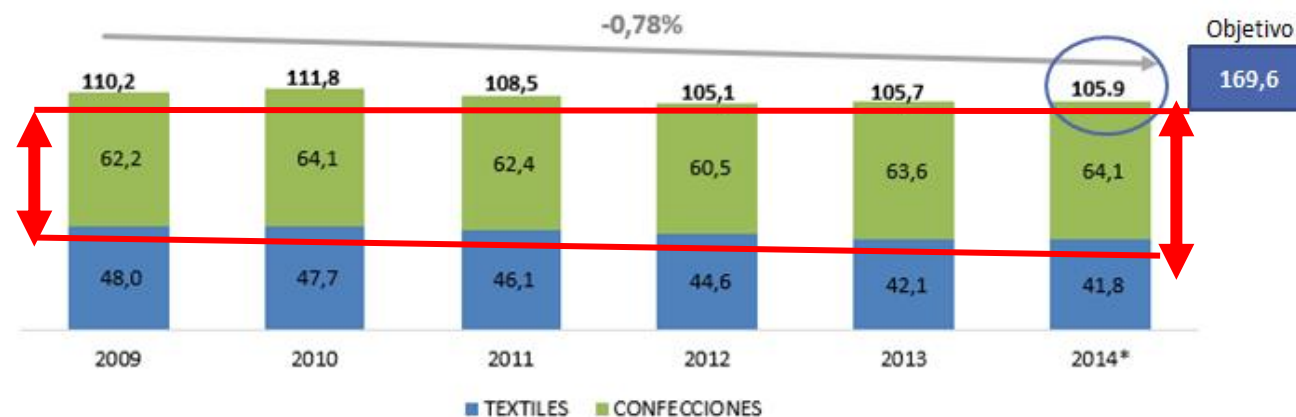
Evolución de las exportaciones
(2009-2014; Tasa anual de crecimiento compuesto (TACC); USD\$ millones)



Evolución de las ventas en el sector textil y confección
(2009-2014, COP\$ billones)



Evolución del empleo por subsectores en Colombia
(2009-2014*; Tasa anual de crecimiento compuesto - TACC; número de personas)



Bajo el escenario pronosticado del Banco Mundial no se han alcanzado las metas propuestas en el Plan de Negocio del 2009.

Fuente: EAM. Información facilitada por la Dirección de Inteligencia Competitiva y Benchmarking del PTP.

EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS ANTERIOR

- ✓ Iniciativas planteadas por McKinsey en 2009, así como las aspiraciones/metas establecidas, muy exigentes y poco realistas, por lo que su ejecución y el alcance de metas se vio muy dificultado a pesar de los grandes esfuerzos realizados por el PTP y el resto de entidades participantes.
- ✓ Por otro lado, un aspecto a mejorar ha sido la falta de asignación de responsabilidades y Liderazgo en la ejecución de algunas de las Iniciativas, así como la inexistencia de Indicadores de Seguimiento, Control y Difusión de las Iniciativas ejecutadas.
- ✓ Las acciones Transversales deberían focalizarse más hacia el Sector en cuestión y no ser tan generalistas, ya que de este modo es muy difícil que el Sector se impacte de forma destacada con la ejecución de las mismas.
- ✓ En general, las acciones deberían ser mas claras, fáciles de ejecutar, y con plazos de ejecución no excesivamente largos, con el objetivo de obtener un elevado impacto sobre el Sector de manera más accesible.
- ✓ La implicación de las empresas se prevé fundamental para alcanzar futuros objetivos.

DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES

CAPITAL HUMANO

- ✓ Existe una evidente escasez de mano de obra en los dos sectores, principalmente de operarios, debido sustancialmente a que la población no lo considera un sector de interés ni para formarse ni para trabajar.
- ✓ A corto plazo, se identifica la necesidad de estructurar un entorno de oportunidades para las empresas y en la sociedad para la vinculación y retención de personas.
- ✓ Las empresas consideran que es necesario llevar a cabo una estandarización de la oferta formativa en función de las ocupaciones y competencias de personas.
- ✓ A medio y largo plazo es necesario adquirir competencias técnicas en las nuevas tendencias tecnológicas de cara a los cambios en éste campo, en comercio exterior de cara a la internacionalización y en los procesos de I+D+I en las empresas y la gestión y transferencia de conocimiento desde los agentes de I+D hacia el sector productivo.

DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES

MARCO NORMATIVO

- ✓ La informalidad y el contrabando continúan siendo los principales factores de preocupación por partes de las empresas y que limitan la competitividad de las mismas.
- ✓ El 70% de las empresas del textil y el 40% en Confección no disponen de herramientas de detección de oportunidades de mercado, y las que disponen, la mitad de ellas utilizan solo Internet.
- ✓ Europa principalmente, además de EEUU y Centroamérica, son los países más atractivos para las empresas para exportar.
- ✓ Tan solo la mitad de las empresas disponen de marca, y de las que no disponen, la gran mayoría opina que disponer de marca sería un elemento diferencial para ellas.
- ✓ El 80% de las empresas ve necesario trabajar en materia de promoción y mejora de la imagen del país en el exterior.

DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES

FORTALECIMIENTO INDUSTRIAL

- ✓ El 70% de empresas afirma necesario seguir trabajando en materia de cooperación, principalmente dentro de la propia Cadena de Valor (90%), y consideran necesario fortalecerse en el desarrollo de productos de más valor agregado.
- ✓ A la Confección le preocupa la poca flexibilidad del textil (volúmenes y plazos) y la calidad de las telas y acabados. Y a ambos les preocupa la escasez de insumos dentro de la cadena de valor (hilados).
- ✓ El 100% de las empresas entrevistadas ven completamente necesario realizar inversiones para su subsistencia, no solo para mejorar su producción, sino que les permita fabricar nuevos productos de más valor agregado.
- ✓ El 80% de las empresas ve necesario avanzar en materia de calidad y certificación de productos textiles, además, la mitad de ellas no conocen o tienen difícil acceso a laboratorios y centros de innovación para llevar a cabo controles de calidad y ensayos de certificación.

DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES

INFRAESTRUCTURA Y SOSTENIBILIDAD

- ✓ El 40% de las empresas no disponen de un sistema informatizado de gestión (principalmente microempresas; 70%), y el 50% aproximadamente no dispone de página web. Tan solo un 17% en Textil y un 19% en Confección realiza venta on-line.
- ✓ 3 de cada 4 empresas consideran que es necesario la implantación de medidas y herramientas informáticas para mejorar la gestión de compras, de la organización, de la producción, del almacén y de stocks de la empresa. En Confección, tiene especial interés la gestión del diseño.
- ✓ 4 de cada 5 empresas entrevistadas consideran que es necesario la implantación de medidas para mejorar la eficiencia energética en su empresa y reducir costes energéticos, destacan sobre todo las medidas de optimización de procesos focalizadas en la reducción de costes energéticos en el subsector de teñidos y acabados.
- ✓ 4 de cada 5 empresas entrevistadas consideran que es necesario implantar buenas prácticas sociales.
- ✓ La gestión hídrica y los residuos industriales es considerado por un 20% como clave, y además se ha identificado para el sector como un factor crítico a medio y largo plazo.

DAFO SECTOR TEXTIL



textil

FORTALEZAS

DEBILIDADES

OPORTUNIDADES

AMENAZAS

Sector consolidado, de amplia tradición y experiencia

Importante volumen de empleo absorbido por el sector (intensivo en mano de obra)

Diseño: versatilidad en tejidos a precios razonables

Elevada capacidad productiva del sector

Proximidad de empresa de la cadena (localización)

Empresas orientas al servicio

Escasa estructura asociativa del sector (excesivo individualismo), persistencia de empresas poco profesionalizadas

No existe en las empresas departamentos y personal capacitado en procesos de I+D+i

Escasez de mano de obra y producción especializada

Elevada precariedad laboral de los trabajadores por el importante volumen de empleo sumergido

Estructura y tecnología productiva muy poco modernizada

Poca flexibilidad para fabricar series cortas

Los tratados de Libre Comercio

Existencia de un grupo importante de empresas líderes e impulsoras del sector

Avances del sector a nivel tecnología productiva (procesos más eficiente y competitivos)

Perspectivas de consolidación de la demanda interna y crecimiento de la demanda externa en países de oportunidad

Creciente importancia de la logística y las TIC como motor competitivo del sector

Poder negociador de clientes y proveedores

Rivalidad interna del sector

Cambios sociales

Regulaciones y legislación restrictiva

El abastecimiento de materias primas

Incremento de la competencia a escala mundial con nuevos países con amplias ventajas en los costes

La deslocalización de la producción hacia terceros países

DAFO SECTOR CONFECCIÓN



confección

FORTALEZAS

DEBILIDADES

OPORTUNIDADES

AMENAZAS

Just in time: producción de las prendas que se van a vender y rápida distribución en tienda

Sector flexible con una gran capacidad de adaptación a los cambios de la demanda del mercado

Tiene una alta capacidad creativa

DISEÑO: Alto componente en MODA con calidad/precio adecuado

Orientado a las necesidades del consumidor

El SERVICIO como eje central del negocio en las empresas

Escasez de mano de obra y poca demanda formativa debido a la imagen del sector

Reducida dimensión empresarial, la gran mayoría de empresas son pequeñas y microempresas

Elevada precariedad laboral de los trabajadores por el importante volumen de empleo sumergido

Alto grado de vulnerabilidad del sector frente a situación mundial

Desconocimiento de los MERCADOS de OPORTUNIDAD a nivel internacional

No existe cultura de INNOVACIÓN en las empresas

Los tratados de Libre Comercio

Existencia de un grupo importante de empresas líderes e impulsoras del sector

Avances del sector a nivel tecnología productiva (procesos más eficiente y competitivos)

Perspectivas de consolidación de la demanda interna y crecimiento de la demanda externa en países de oportunidad

Creciente importancia de la logística y las TIC como motor competitivo del sector

Poder negociador de clientes y proveedores

Rivalidad interna del sector

Cambios sociales

Regulaciones y legislación restrictiva

El abastecimiento de materias primas

Incremento de la competencia a escala mundial con nuevos países con amplias ventajas en los costes

La deslocalización de la producción hacia terceros países





ESTUDIO DE PROSPECTIVA



VISIÓN FUTURA



Entrevista con empresas y expertos para:

1. Identificar los factores que van a influir en el sector a CP, MP y LP.
2. Evaluación del impacto y grado de incertidumbre.
3. Definir los escenarios más probables en cada horizonte temporal.
4. Definir las estrategias que marcaran el futuro del sector.



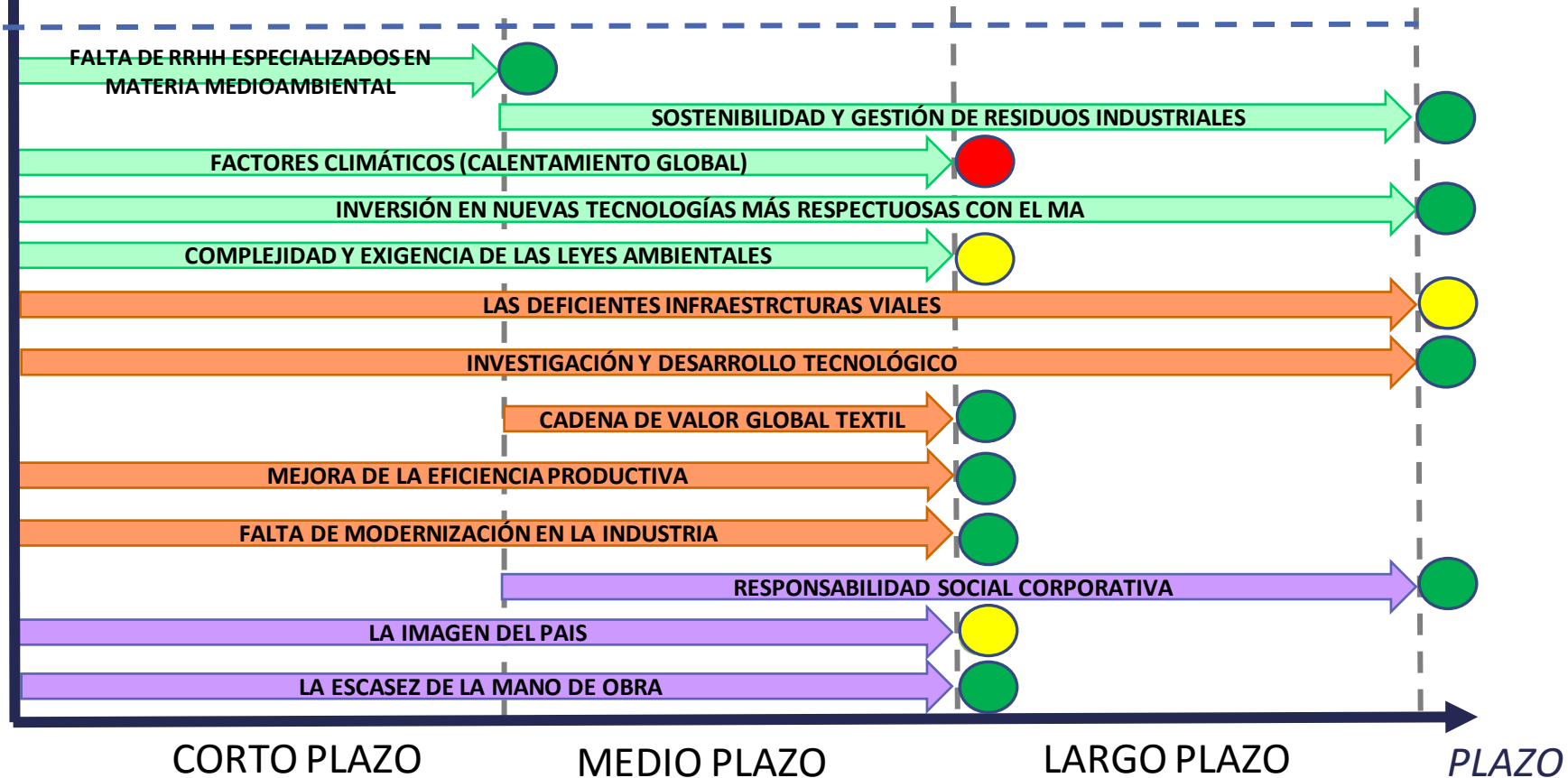


textil

FACTORES

ESTUDIO DE PROSPECTIVA

FACTORES QUE VAN A INFLUIR EN EL FUTURO EN EL SECTOR TEXTIL



SOCIALES

TECNOLÓGICOS

ECOLÓGICOS

GLOBALES

COSTO PAÍS

SECTOR



textil

Factores del Sector

- ✓ NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN EN TEXTIL
- ✓ EL CONTRABANDO
- ✓ LA INFORMALIDAD
- ✓ FALTA DE RRHH ESPECIALIZADOS EN MATERIA MEDIOAMBIENTAL
- ✓ SOSTENIBILIDAD Y GESTIÓN DE RESIDUOS INDUSTRIALES
- ✓ INVERSIÓN EN NUEVAS TECNOLOGÍAS MÁS RESPECTUOSAS CON EL MA
- ✓ INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO
- ✓ CADENA DE VALOR GLOBAL TEXTIL
- ✓ MEJORA DE LA EFICIENCIA PRODUCTIVA
- ✓ FALTA DE MODERNIZACIÓN EN LA INDUSTRIA
- ✓ RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- ✓ LA ESCASEZ DE LA MANO DE OBRA

HOJA DE RUTA
Ejes 1, 2 , 3 y 4

Factores Costo País

- ✓ FALTA DE FINANCIACIÓN
- ✓ CRECIMIENTO DE LAS TASAS INTERÉS
- ✓ FUENTES DE FINANCIACIÓN COMPLEJAS
- ✓ ESTABILIDAD FISCAL
- ✓ ELEVADOS IMPUESTOS
- ✓ RELACIONES POLÍTICAS CON PAISES VECINOS
- ✓ RESTRICCIONES DE LAS IMPORTACIONES
- ✓ PROCESO DE PAZ
- ✓ COMPLEJIDAD Y EXIGENCIA DE LAS LEYES AMBIENTALES
- ✓ LAS DEFICIENTES INFRAESTRUCTURAS VIALES
- ✓ LA IMAGEN DEL PAIS
- ✓ COSTE ENERGÍA

HOJA DE RUTA
Costo País

Factores de Entorno Mundial

- ✓ ALZA DEL DÓLAR
- ✓ FACTORES CLIMÁTICOS (CALENTAMIENTO GLOBAL)

INDICADORES DE SEGUIMIENTO



confección

POLÍTICOS/LEGALES

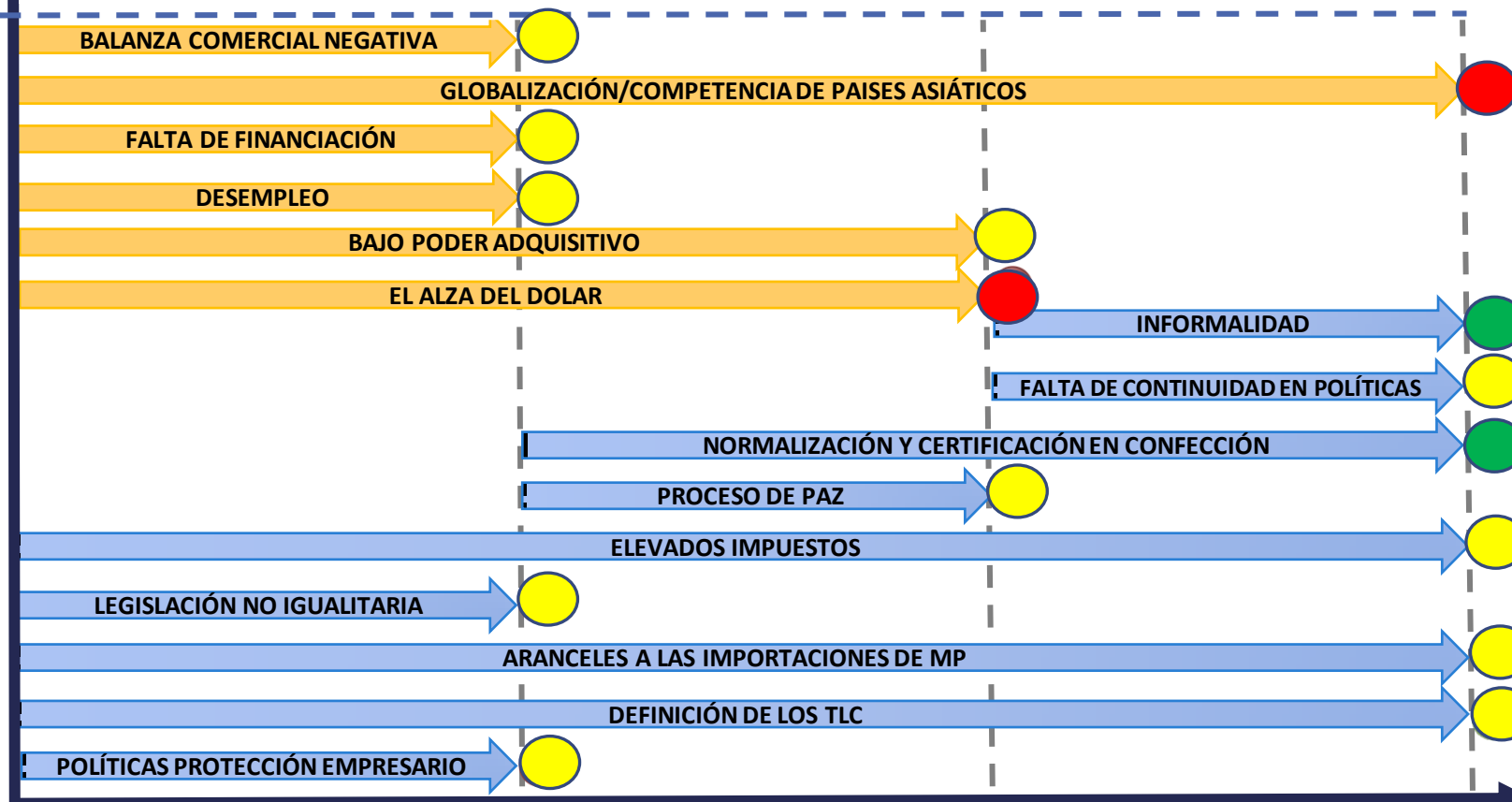
ECONÓMICOS

- GLOBALES
- COSTO PAÍS
- SECTOR

ESTUDIO DE PROSPECTIVA

FACTORES QUE VAN A INFLUIR EN EL FUTURO EN EL SECTOR CONFECCIÓN

FACTORES



CORTO PLAZO

MEDIO PLAZO

LARGO PLAZO

PLAZO

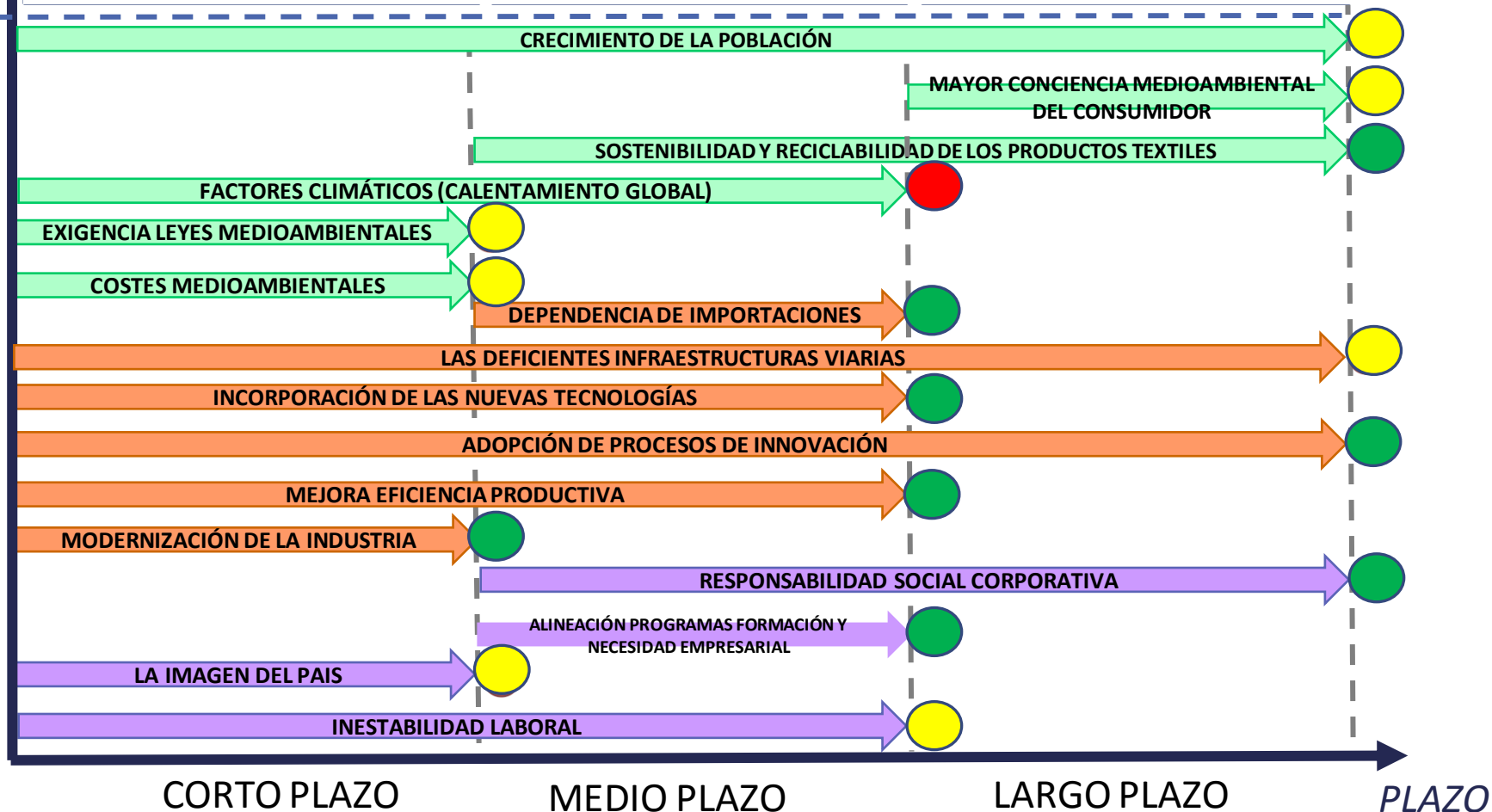


confección

ESTUDIO DE PROSPECTIVA

FACTORES QUE VAN A INFLUIR EN EL FUTURO EN EL SECTOR CONFECCIÓN

FACTORES



SOCIALES

TECNOLÓGICOS

ECOLÓGICOS

GLOBALES

COSTO PAÍS

SECTOR

CORTO PLAZO

MEDIO PLAZO

LARGO PLAZO

PLAZO



confección

Factores del Sector

- ✓ INFORMALIDAD
- ✓ NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN EN CONFECCIÓN
- ✓ SOSTENIBILIDAD Y RECICLABILIDAD DE LOS PRODUCTOS TEXTILES
- ✓ DEPENDENCIA DE IMPORTACIONES
- ✓ INCORPORACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS
- ✓ ADOPCIÓN DE PROCESOS DE INNOVACIÓN
- ✓ MEJORA EFICIENCIA PRODUCTIVA
- ✓ MODERNIZACIÓN DE LA INDUSTRIA
- ✓ RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- ✓ ALINEACIÓN PROGRAMAS FORMACIÓN Y NECESIDAD EMPRESARIAL

HOJA DE RUTA
Ejes 1, 2, 3 y 4

Factores Costo País

- ✓ BALANZA COMERCIAL NEGATIVA
- ✓ FALTA DE FINANCIACIÓN
- ✓ DESEMPLEO
- ✓ BAJO PODER ADQUISITIVO
- ✓ FALTA DE CONTINUIDAD EN POLÍTICAS
- ✓ PROCESO DE PAZ
- ✓ ELEVADOS IMPUESTOS
- ✓ LEGISLACIÓN NO IGUALITARIA
- ✓ ARANCELES A LAS IMPORTACIONES DE MP
- ✓ DEFINICIÓN DE LOS TLC
- ✓ POLÍTICAS PROTECCIÓN EMPRESARIO
- ✓ CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN
- ✓ MAYOR CONCIENCIA MEDIOAMBIENTAL DEL CONSUMIDOR
- ✓ EXIGENCIA LEYES MEDIOAMBIENTALES
- ✓ COSTES MEDIOAMBIENTALES Y ENERGÍA
- ✓ LAS DEFICIENTES INFRAESTRUCTURAS VIALES
- ✓ LA IMAGEN DEL PAIS
- ✓ INESTABILIDAD LABORAL

HOJA DE RUTA
Costo País

Factores de Entorno Mundial

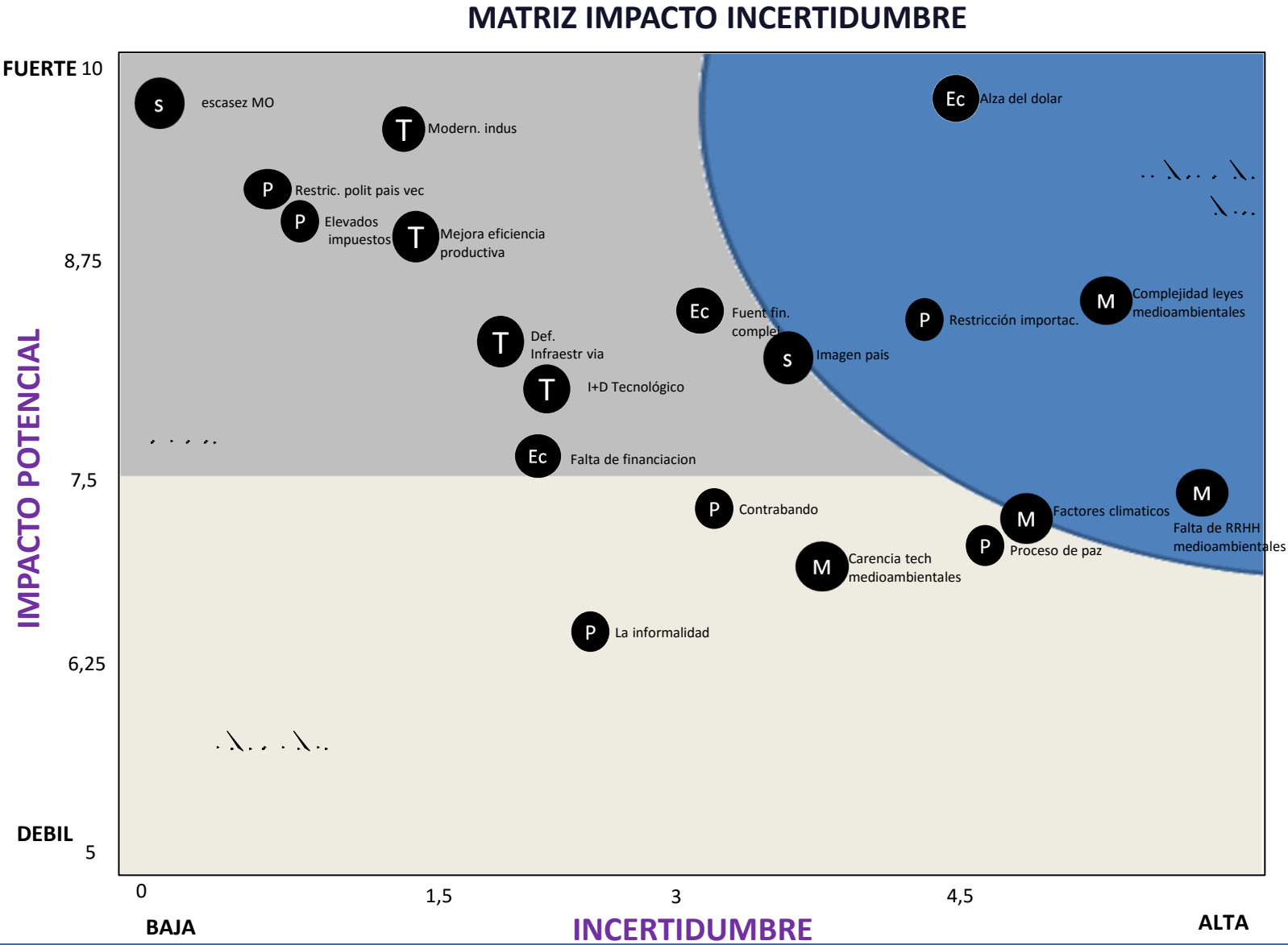
- ✓ GLOBALIZACIÓN/COMPETENCIA DE PAISES ASIÁTICOS
- ✓ EL ALZA DEL DÓLAR
- ✓ FACTORES CLIMÁTICOS (CALENTAMIENTO GLOBAL)

INDICADORES DE
SEGUIMIENTO



FACTORES CLAVE

La escasez de la mano de obra
La imagen del País
El alza del dólar
Inversión en nuevas tecnologías más respetuosas con MA
Factores climáticos (calentamiento global)
Relaciones políticas con países vecinos
Elevados impuestos
La falta de financiación
Mejora de la eficiencia productiva
Crecimiento de las tasas de interés
La falta de modernización de la industria
Complejidad y exigencia de las leyes ambientales
La informalidad
El contrabando
Falta de recursos humanos especializado en materia medioambiental
Las deficientes infraestructuras viales
Fuentes de financiación complejas
Investigación y Desarrollo Tecnológico
Proceso de paz
Restricciones a las importaciones



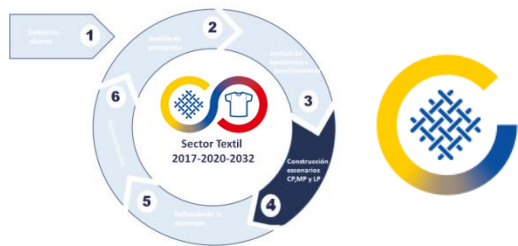


Diagrama de influencia simplificado para el sector textil colombiano (corto plazo)

INCERTIDUMBRES CRÍTICAS
<ul style="list-style-type: none"> Restricción importaciones Alza del dólar Imagen país
TENDENCIAS
<ul style="list-style-type: none"> La informalidad y Contrabando ** Relaciones países vecinos **
INCERTIDUMBRES CRÍTICAS
<ul style="list-style-type: none"> Complejidad leyes medioambientales Factores climáticos (recursos energéticos) Falta de RRHH medioambientales
TENDENCIAS
<ul style="list-style-type: none"> La escasez de la mano de obra Falta de financiación y complejas **
** Tendencias con bajo nivel de control por las empresas

DIMENSIÓN DEL ESCENARIO

“Nivel de proteccionismo del sector textil”

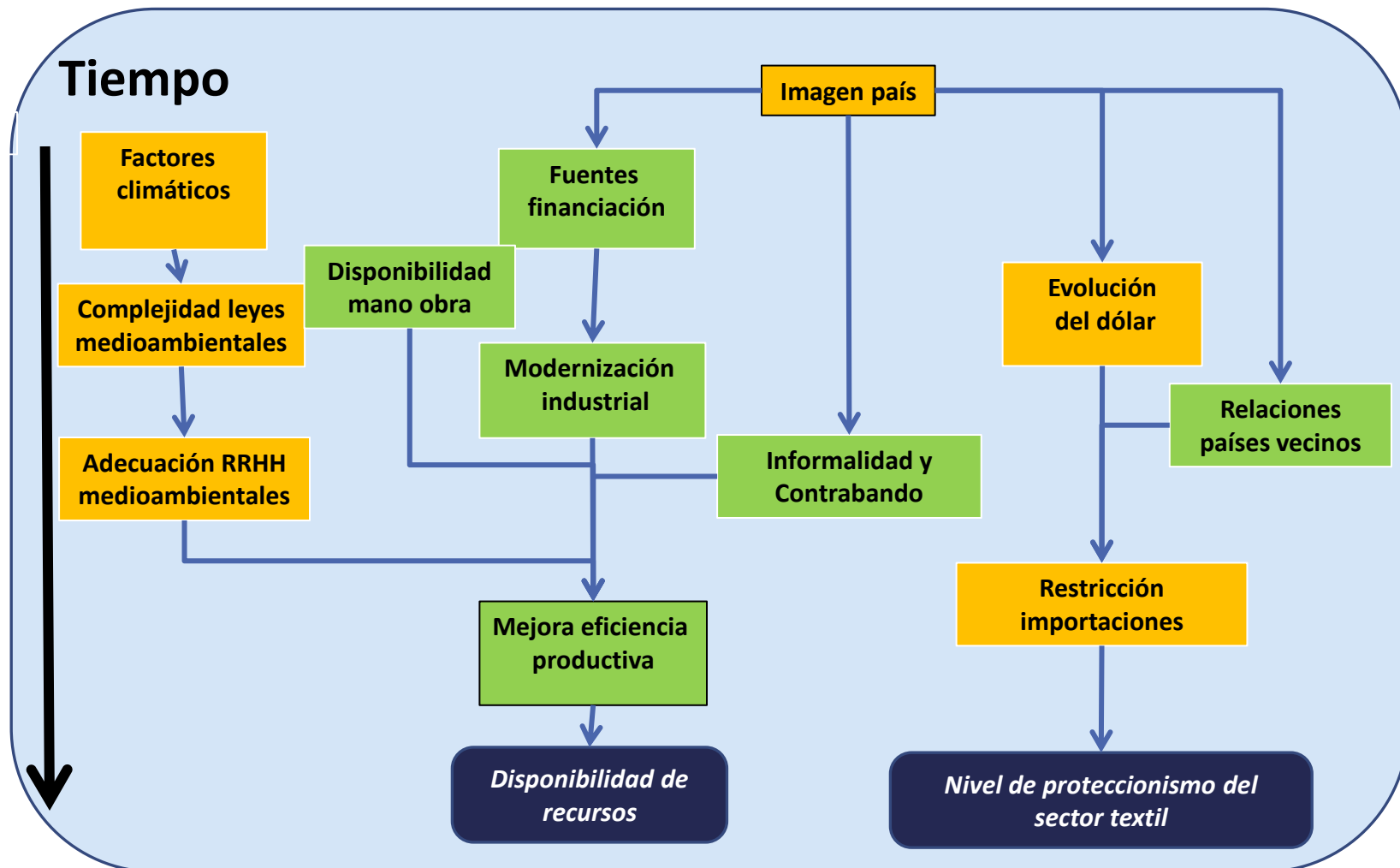
“Disponibilidad de recursos”

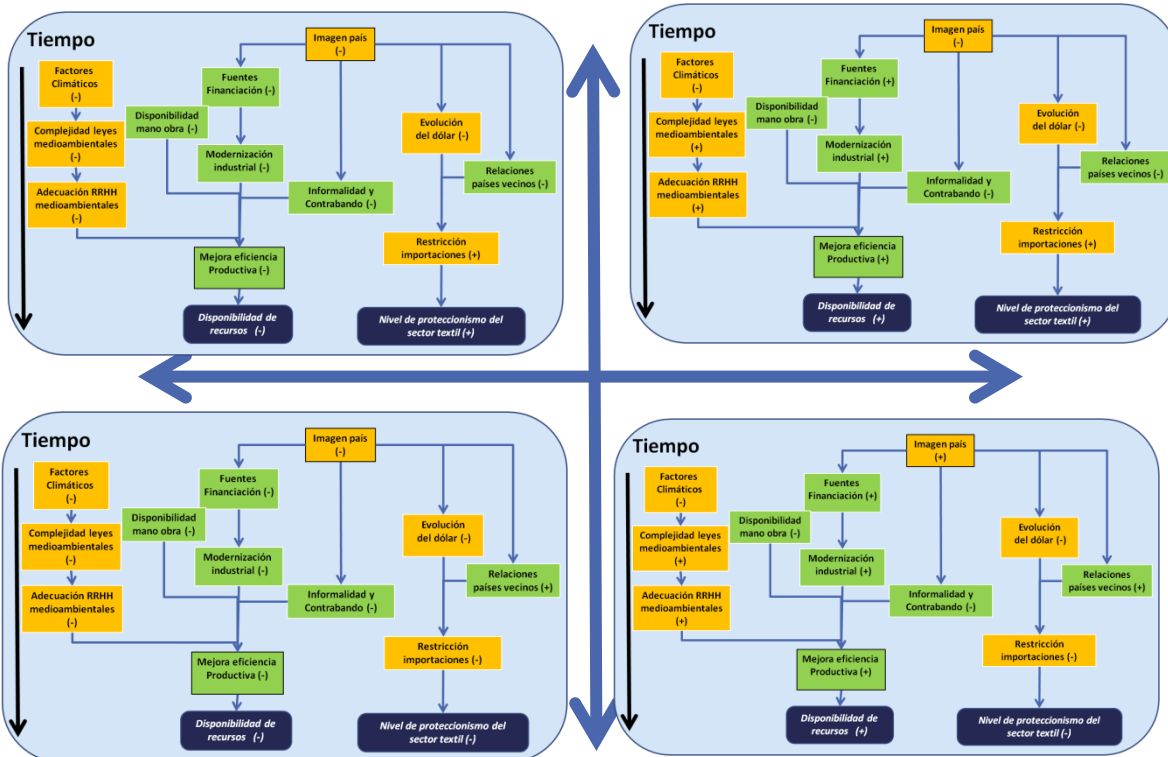


Tendencias

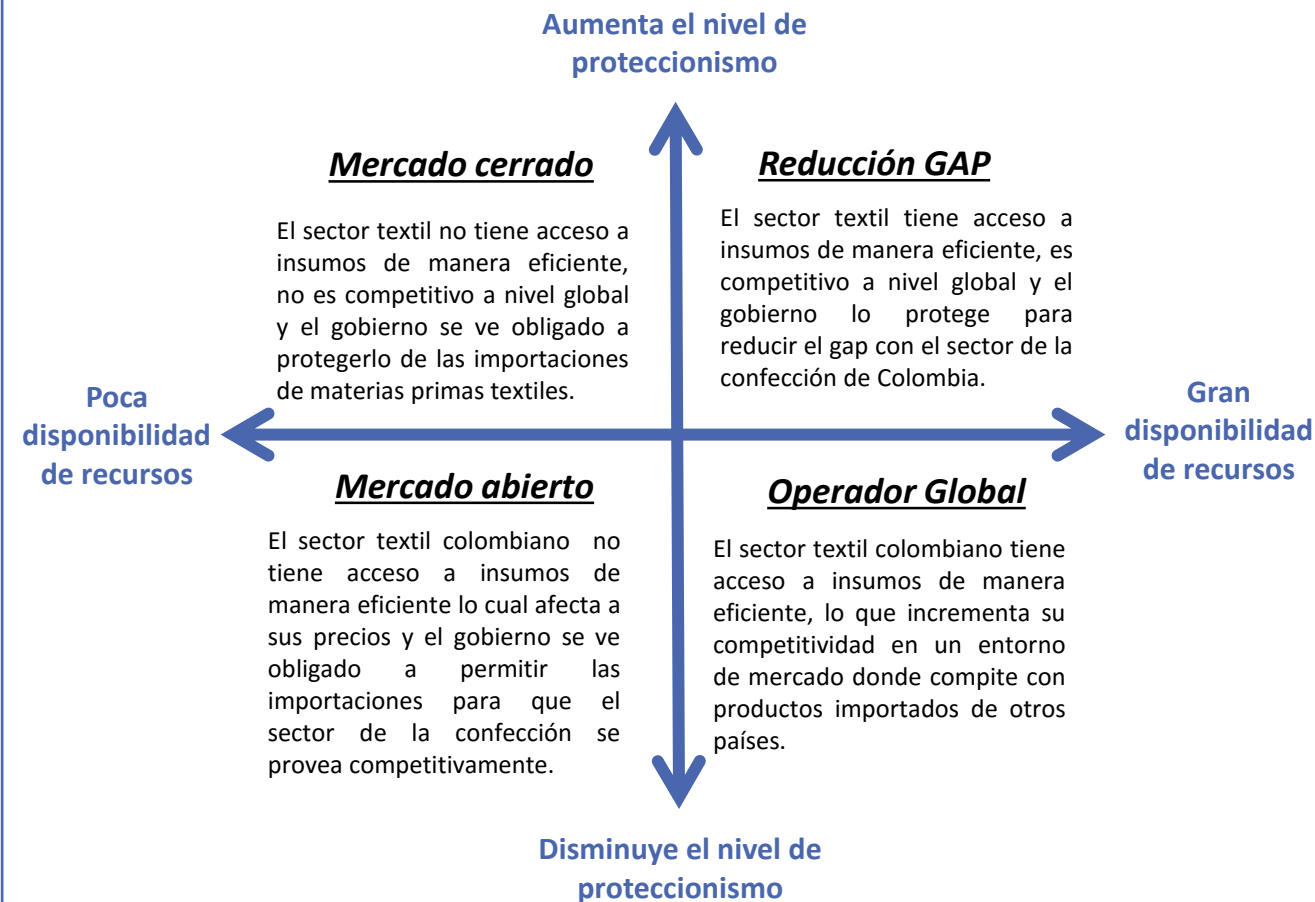


Incertidumbres críticas





ESCENARIOS CORTO PLAZO TEXTIL



ESTUDIO DE PROSPECTIVA



VISIÓN FUTURA



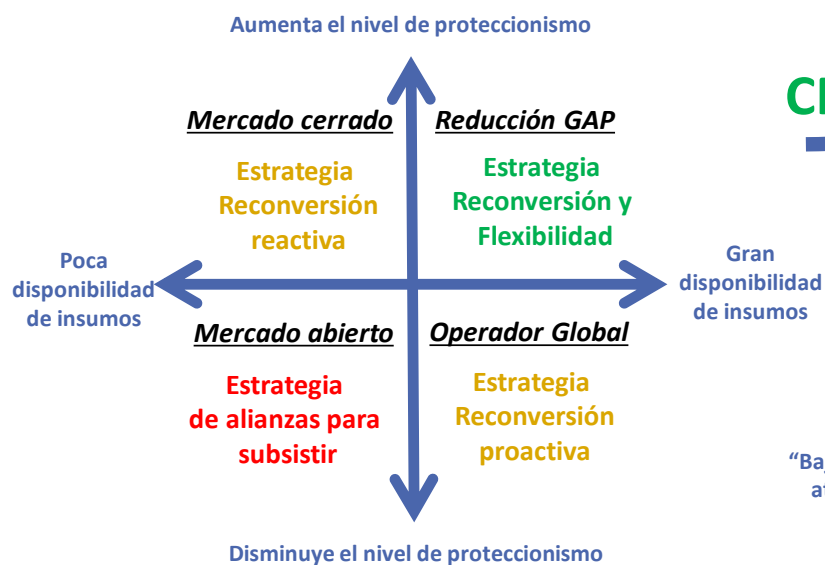
Estrategias

VISIÓN FUTURA

CP

MP

LP



ESTUDIO DE PROSPECTIVA



VISIÓN FUTURA



Estrategias

VISIÓN FUTURA

CP

MP

LP



CONTENIDOS

A. ASPECTOS METODOLÓGICOS

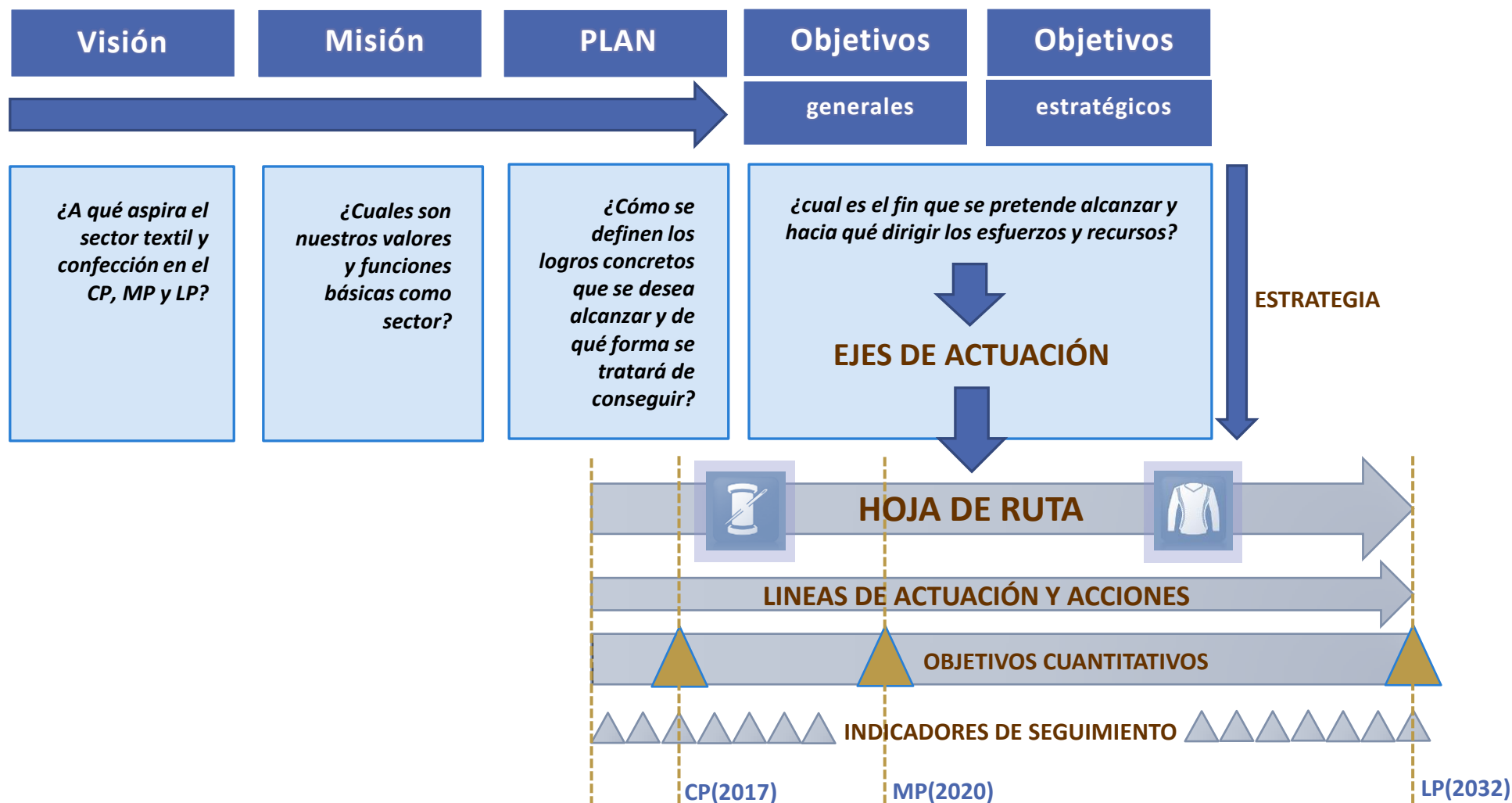
B. INPUTS DEL SECTOR

C. DEFINICIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

D. ENFOQUE SECTOR – MERCADOS OPORTUNIDAD

E. HOJA DE RUTA

CONTENIDOS METODOLÓGICOS



VISIÓN DEL SECTOR



SER UN REFERENTE EN MERCADOS DE ALTO VALOR AGREGADO TANTO NACIONAL COMO INTERNACIONAL



MISIÓN DEL SECTOR



CRECIMIENTO A TRAVÉS DE LA RECONVERSIÓN TECNOLÓGICA, EL VALOR AGREGADO Y UN EMPLEO MUCHO MÁS CUALIFICADO.



CRECIMIENTO A TRAVÉS DE LA EFICIENCIA, LAS MARCAS Y LA INTERNACIONALIZACIÓN EN MERCADOS DE OPORTUNIDAD



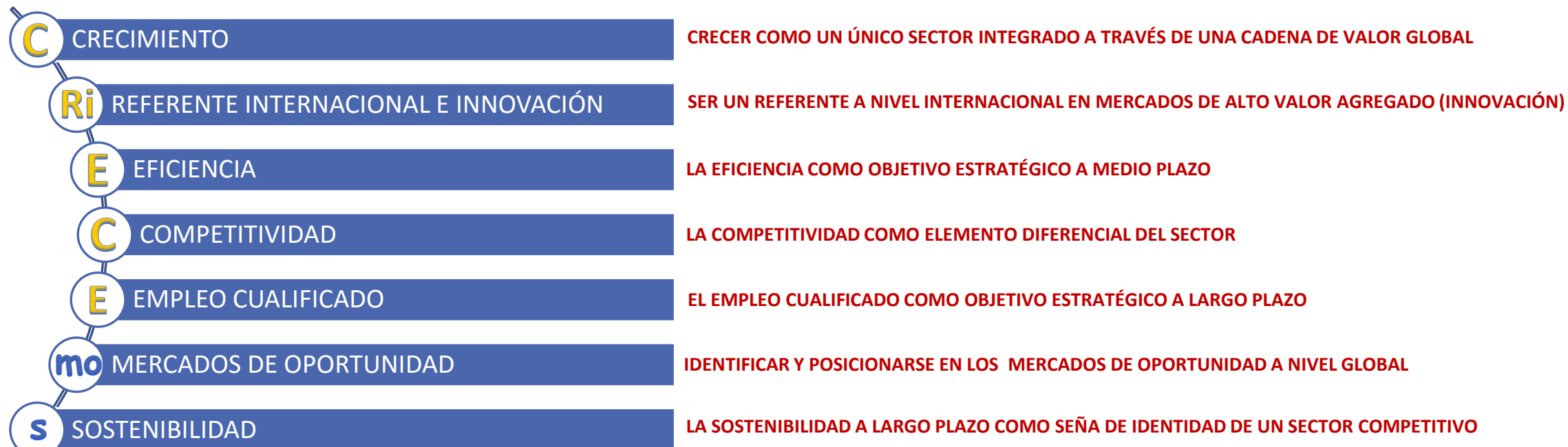
CRECIMIENTO DEL SECTOR A TRAVÉS DE LA GENERACIÓN DE VALOR, PROYECCIÓN EN MERCADOS DE OPORTUNIDAD Y EL DESARROLLO DE UN EMPLEO MÁS CUALIFICADO



NUEVO PLAN 2016-2032



CRECEMOS JUNTOS



NUEVO PLAN 2016-2032



C	CRECIMIENTO	CRECER COMO UN ÚNICO SECTOR INTEGRADO A TRAVÉS DE UNA CADENA DE VALOR GLOBAL
Ri	REFERENTE INTERNACIONAL E INNOVACIÓN	SER UN REFERENTE A NIVEL INTERNACIONAL EN MERCADOS DE ALTO VALOR AGREGADO (INNOVACIÓN)
E	EFICIENCIA	LA EFICIENCIA COMO OBJETIVO ESTRATÉGICO A MEDIO PLAZO
C	COMPETITIVIDAD	LA COMPETITIVIDAD COMO ELEMENTO DIFERENCIAL DEL SECTOR
E	EMPLEO CUALIFICADO	EL EMPLEO CUALIFICADO COMO OBJETIVO ESTRATÉGICO A LARGO PLAZO
mo	MERCADOS DE OPORTUNIDAD	IDENTIFICAR Y POSICIONARSE EN LOS MERCADOS DE OPORTUNIDAD A NIVEL GLOBAL
S	SOSTENIBILIDAD	LA SOSTENIBILIDAD A LARGO PLAZO COMO SEÑAL DE IDENTIDAD DE UN SECTOR COMPETITIVO

LINEAS ESTRATÉGICAS Y OBJETIVO GENERAL DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIÓN



MEJORAR LA
COMPETITIVIDAD
LOCAL Y GLOBAL A
TRAVES DE LA
EFICIENCIA

POTENCIAR EL
CAPITAL HUMANO
DENTRO DE LAS
EMPRESAS PARA
GENERAR EMPLEO

CERRAR LA BRECHA
ENTRE LOS
SECTORES TEXTIL Y
CONFECCIÓN

DESARROLLAR
INDUSTRIAS
BASADAS EN
PRODUCTOS DE
VALOR AGREGADO

INCREMENTAR EL
GRADO DE
INNOVACIÓN E
INTERNACIONALIZACIÓN
EMPRESARIAL

AUMENTAR LA
DIMENSIÓN DE LAS
EMPRESAS



DESARROLLAR Y PROMOVER UNA ECONOMÍA PRODUCTIVA COMPETITIVA E INTEGRADORA EN EL PAIS

CONTENIDOS

A. ASPECTOS METODOLÓGICOS

B. INPUTS DEL SECTOR

C. DEFINICIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

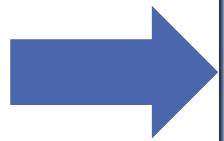
D. FOCO SECTOR – MERCADOS OPORTUNIDAD

E. HOJA DE RUTA

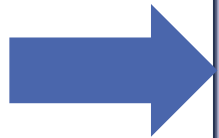
F. INDICADORES DE SEGUIMIENTO

MERCADOS DE OPORTUNIDAD

1. FOCALIZARSE A LOS MERCADOS OBJETIVOS IDENTIFICADOS COMO MERCADOS OPORTUNIDAD EN BASE A:



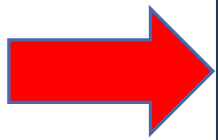
LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)



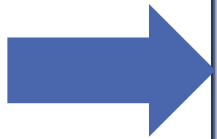
EN BASE AL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR (ESTILOS DE VIDA Y TENDENCIAS TECNOLÓGICAS; SOCIALES, MEDIOAMBIENTALES,...)

MERCADOS DE OPORTUNIDAD

1. FOCALIZARSE A LOS MERCADOS OBJETIVOS IDENTIFICADOS COMO MERCADOS OPORTUNIDAD EN BASE A:



LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)



EN BASE AL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR (ESTILOS DE VIDA Y TENDENCIAS TECNOLÓGICAS; SOCIALES, MEDIOAMBIENTALES,...)

LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)

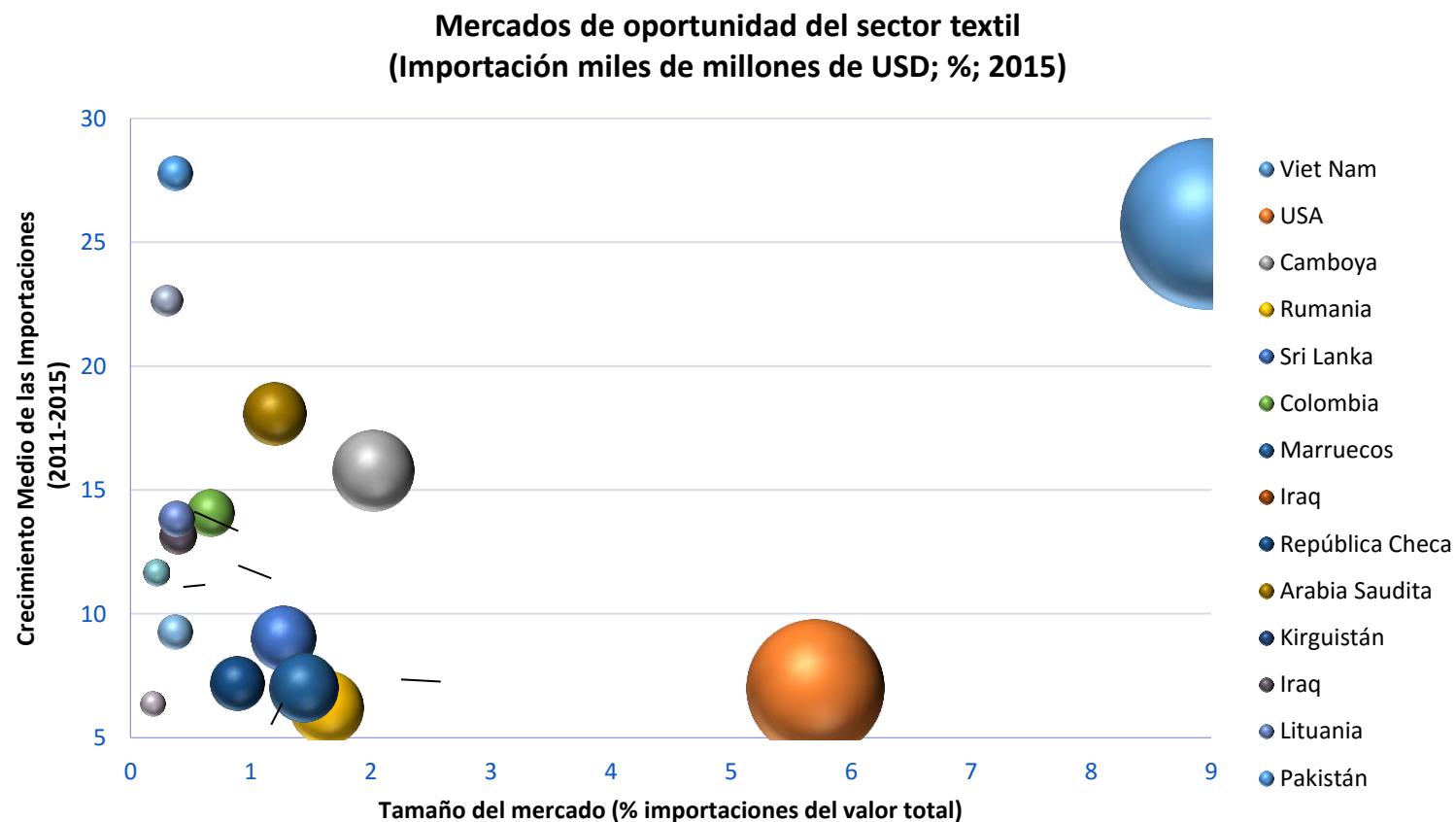
Para el desarrollo del presente apartado se ha seguido la siguiente metodología:

1. Se han recogido las importaciones mundiales por partidas arancelarias para el sector textil y sector confección.
2. Se han recogido las importaciones mundiales por partidas arancelarias de 10 productos para el sector textil y 10 productos para el sector confección.
3. Se han seleccionado aquellos países importadores cuyas importaciones han crecido en el periodo 2011-2015.
4. De estos países se han eliminado los que han registrado en las importaciones en el último año (2014-15) un comportamiento negativo.
5. Se han representado las gráficas teniendo en cuenta: las importaciones y el tamaño del mercado.

LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)

PRODUCTOS TEXTILES				
Tejidos de punto teñidos	Hilados texturados de poliester	Tejidos fibra sintética teñidos	Contenido de hilos de elastómeros/ hilos de caucho	Hilados sencillos de fibras sin peinar
60062200	54023300	60063200	58062000	52051300
Demás hilados de fibras discontinuas de poliéster	Tejidos de Punto De fibras sintéticas	Fibras discontinuas de poliéster	Tejido de punto con poliuretano (licra)	Hilados sencillos de fibras peinadas
55095300	60063300	55151100	60041010	52052200

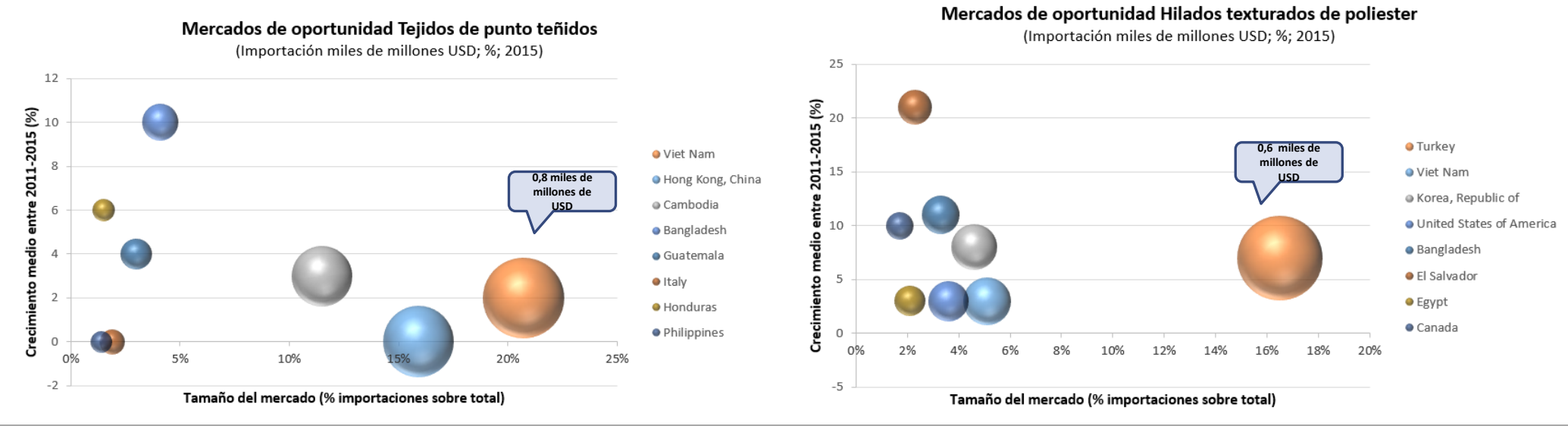
LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)



Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de productos textiles englobados en cuatro grupos:

- **Países de Oriente Medio:** Arabia Saudí, Paquistán, Kirguistán, Iraq
- **Países asiáticos:** Corea, Vietnam, Camboya
- **Otros:** Estados Unidos, Marruecos,
- **Europa del Este:** República Checa, Lituania, Serbia, Croacia

LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)



Tejidos de
punto teñidos

60062200

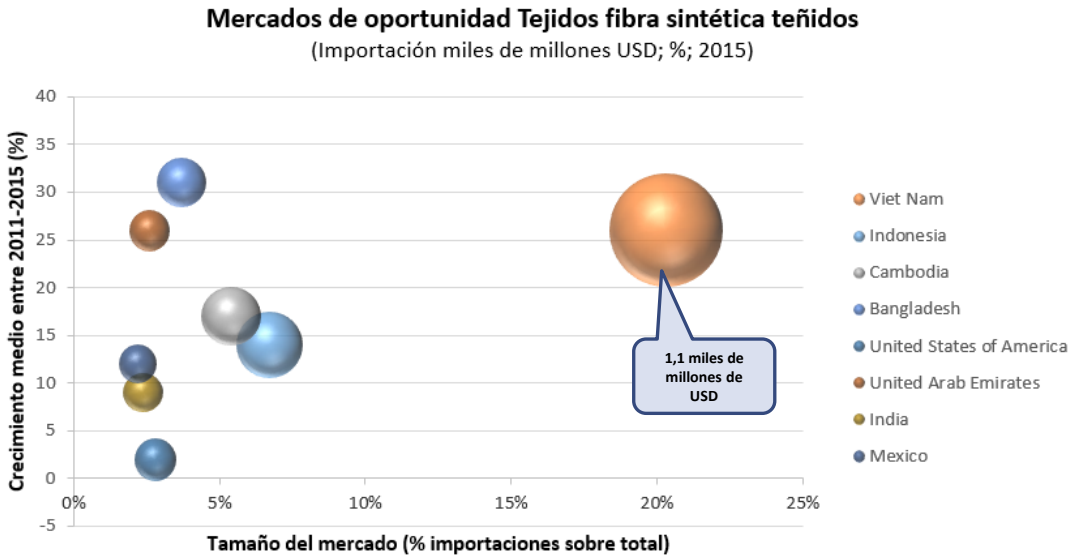
Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de tejidos de punto teñidos con una mayor cuota de mercado en crecimiento, **Vietnam, China, Camboya y Bangladesh**. Es importante destacar el importante crecimiento de Filipinas el 2014-15.

Hilados
texturados de
poliester

54023300

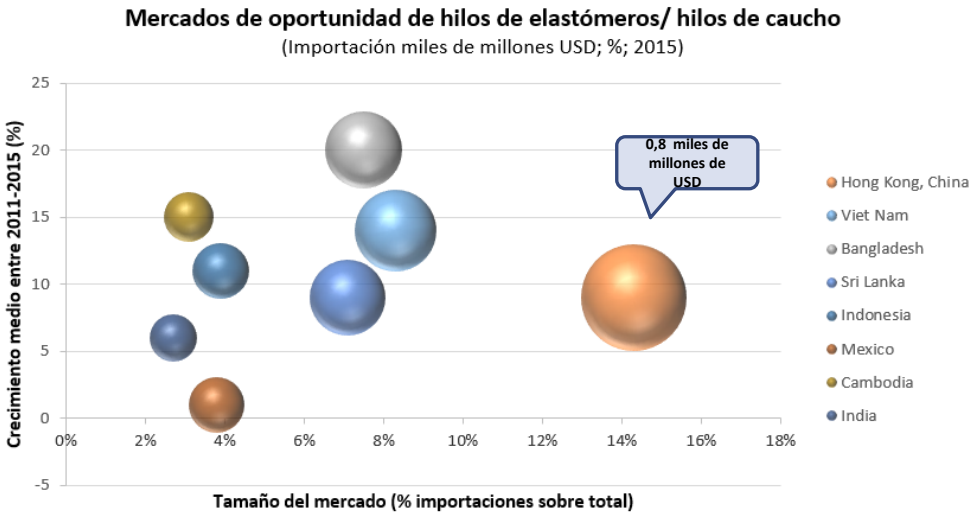
Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de hilos texturados de poliéster con una mayor cuota de mercado en crecimiento, en **Turquía, Vietnam, Korea y EEUU**.

LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)



Tejidos fibra sintética teñidos
60063200

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de tejidos de fibra sintética teñidos con una mayor cuota de mercado en crecimiento, **Vietnam, Indonesia, Camboya y Bangladesh**. Es importante destacar el importante crecimiento de Bangladesh el 2014-15.

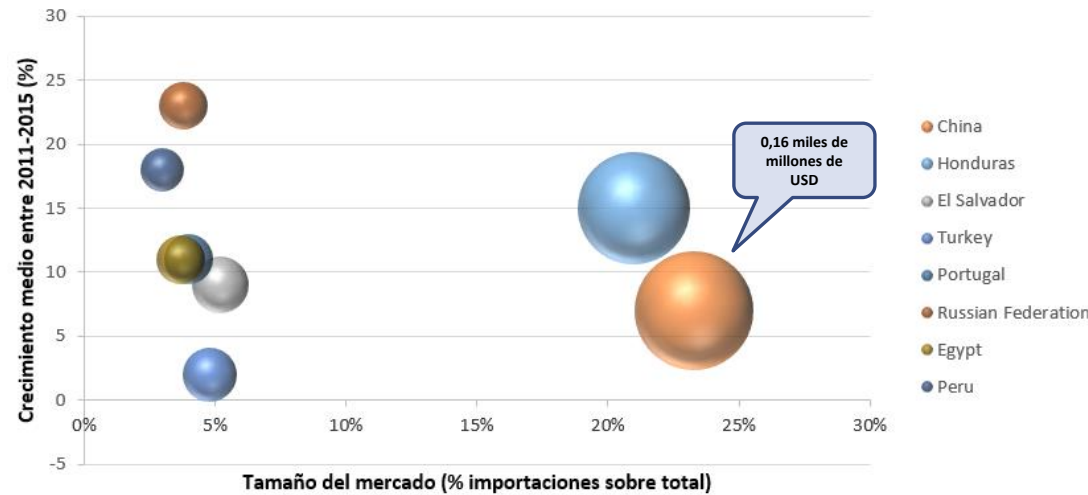


Contenido de hilos de elastómeros/ hilos de caucho
58062000

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de hilos de elastómeros/hilos de caucho con una mayor cuota de mercado en crecimiento, en **China, Vietnam, Bangladesh y Sri Lanka**. Es importante destacar el importante crecimiento de Bangladesh desde el 2014-15.

LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)

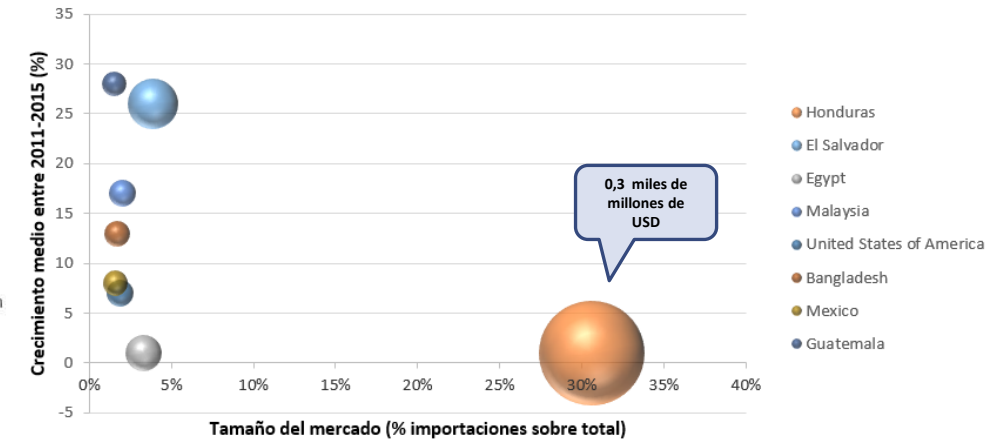
Mercados de oportunidad de Hilados sencillos de fibras sin peinar
(Importación miles de millones USD; %; 2015)



Hilados sencillos de fibras sin peinar
52051300

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) hilados sencillos de fibras sin peinar con una mayor cuota de mercado en crecimiento, **China, Honduras, El Salvador y Turquía**. Es importante destacar el importante crecimiento de Perú el 2014-15.

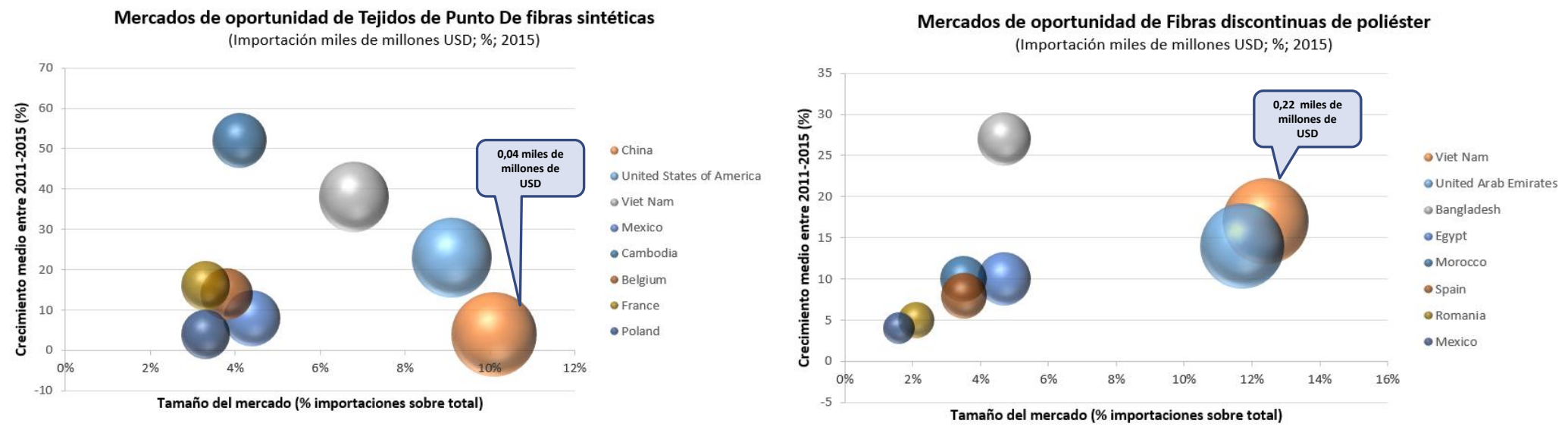
Mercados de oportunidad de Hilados sencillos de fibras sin peinar
(Importación miles de millones USD; %; 2015)



Demás hilados de fibras discontinuas de poliéster
55095300

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de demás hilados de fibras discontinuas de poliéster con una mayor cuota de mercado en crecimiento, en **Honduras, El Salvador Egipto y Malasia**. Es importante destacar el importante crecimiento de Guatemala desde el 2014-15.

LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)



Tejidos de Punto De fibras sintéticas
60063300

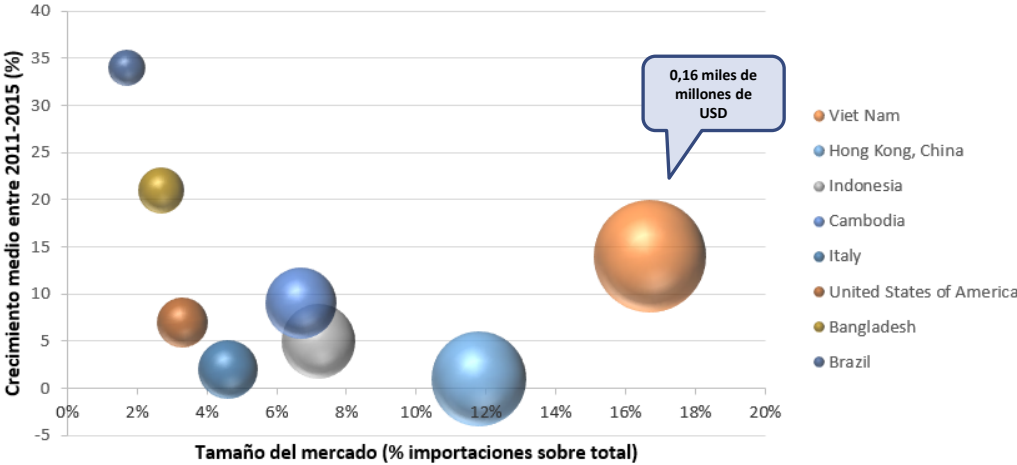
Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) hilados sencillos de tejidos de punto de fibras sintéticas con una mayor cuota de mercado en crecimiento, **China, EEUU, Vietnam y México**. Es importante destacar el importante crecimiento de Vietnam el 2014-15.

Fibras discontinuas de poliéster
55151100

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de fibras discontinuas de poliéster) con una mayor cuota de mercado en crecimiento, en **Vietnam, Emiratos Árabes, Bangladesh y Egipto**. Es importante destacar el importante crecimiento de Bangladesh desde el 2014-15.

LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)

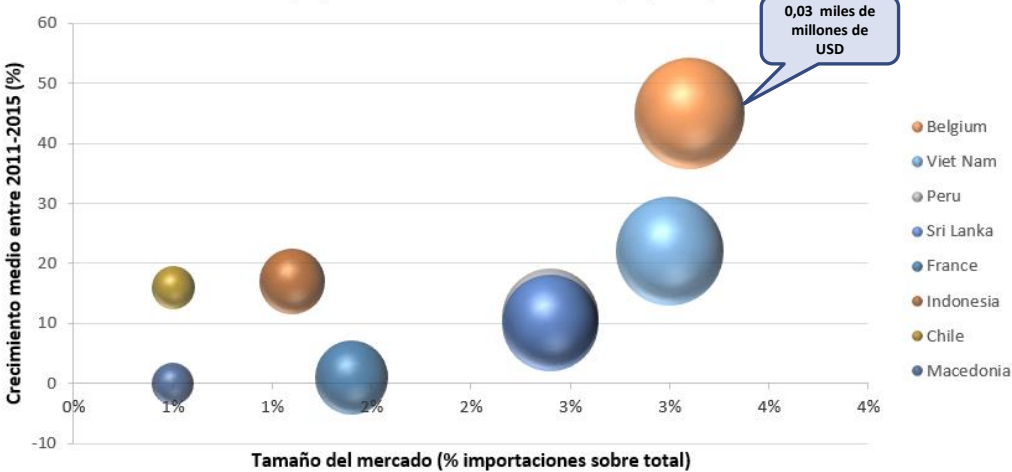
Mercados de oportunidad de Tejido de punto con poliuretano (licra)
(Importación miles de millones USD; %; 2015)



Tejido de punto
con poliuretano
(licra)
60041010

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de tejidos de punto con poliuretano con una mayor cuota de mercado en crecimiento, **Vietnam, China, Indonesia y Camboya**. Es importante destacar el importante crecimiento de Brasil el 2014-15.

Mercados de oportunidad de Hilados sencillos de fibras peinadas
(Importación miles de millones USD; %; 2015)



Hilados
sencillos de
fibras peinadas
52052200

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de demás hilados de fibras discontinuas de poliéster con una mayor cuota de mercado en crecimiento, en **Bélgica, Vietnam, Perú y Sri Lanka**. Es importante destacar el importante crecimiento de Bélgica desde el 2014-15.

LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)

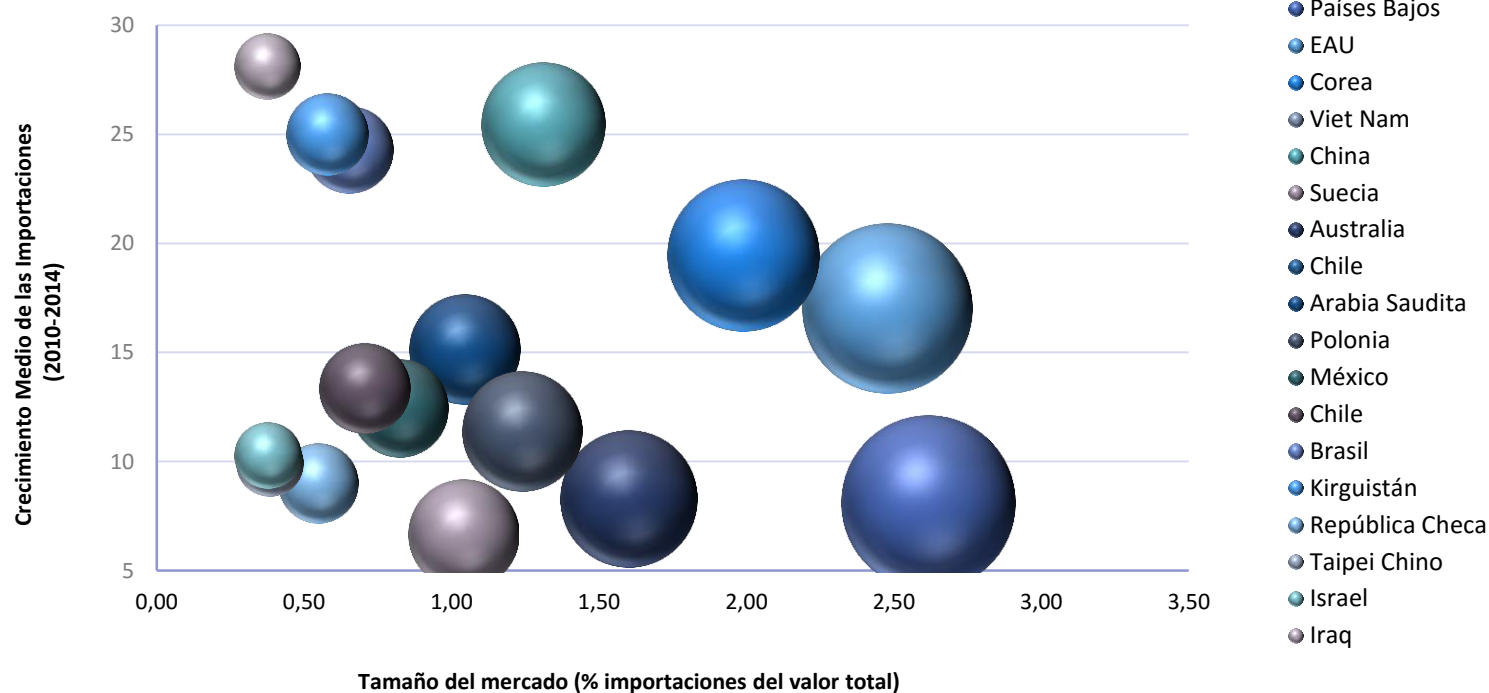
PRODUCTOS DE CONFECCIÓN

Camisetas de interior de algodón	Ropa interior masculina	Calzas y pantys	Jerseys y Cardigans sintéticos	Jerseys de algodón
61091000	61071100	61159500	61103000	61102000
Camisetas de punto	Ropa interior de mujer	Pantalones de mujer	Camisas de hombre	Pantalones de hombre
61099000	62121000	61046200	62052000	61034200

LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)

Mercados de oportunidad del sector confección

(Importación miles de millones de USD; %; 2015)

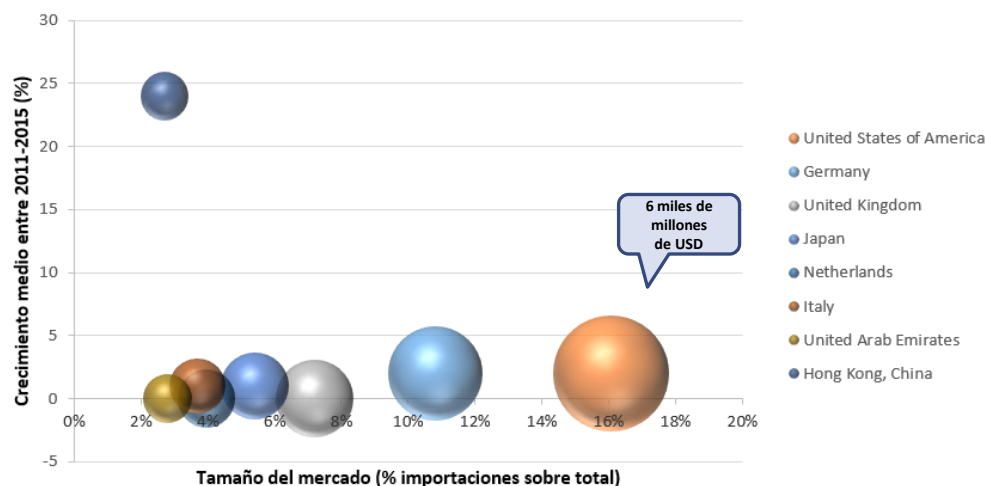


Los países que han experimentado en los cuatro últimos años un mayor dinamismo importador (elevada demanda) de productos de confección:

- **Países de Oriente Medio:** Emiratos Árabes Unidos; Arabia Saudí, Iraq, Kirguistán, Israel
- **Países Latinoamericanos:** México, Chile, Brasil
- **Países asiáticos:** China, Corea
- **Otros:** Polonia, Países Bajos

LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)

Mercados de oportunidad Camisetas interiores
(Importación miles de millones de USD; %; 2015)

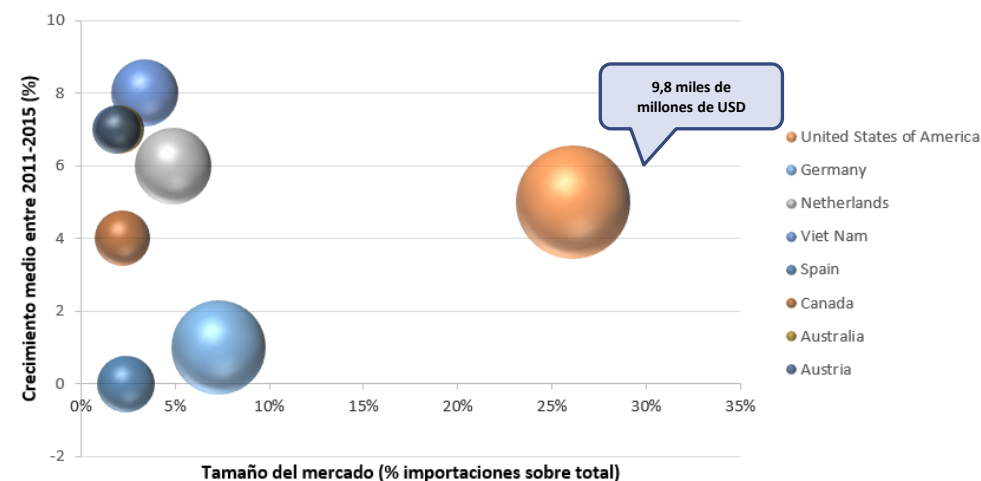


Camisetas de interior de algodón

61091000

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de camisetas interior con una mayor cuota de mercado en crecimiento, en **EEUU, Alemania, Reino Unido y Japón**. Es importante destacar el importante crecimiento de China desde el 2014-15.

Mercados de oportunidad ropa interior masculina
(Importación miles de millones USD; %; 2015)



Ropa interior masculina

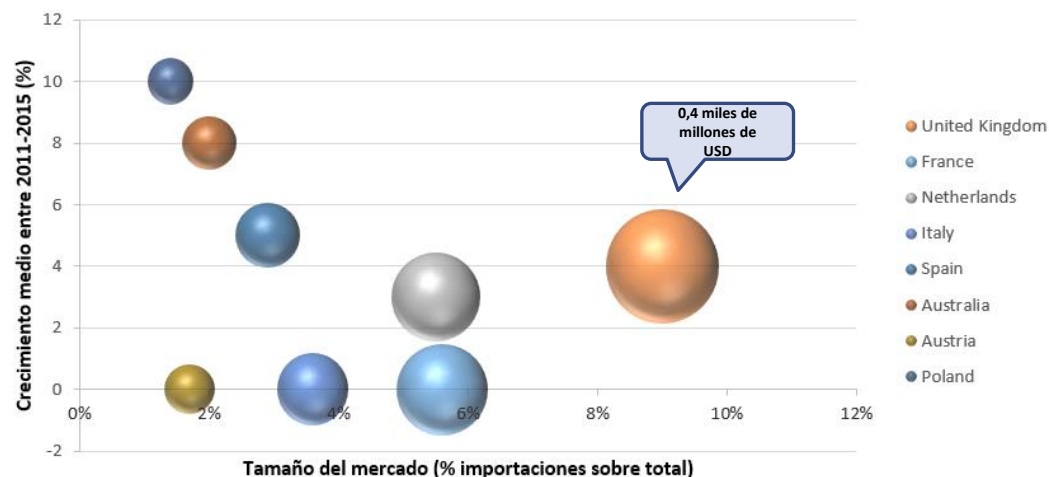
61071100

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) ropa interior masculina con una mayor cuota de mercado en crecimiento, en **EEUU, Alemania, Holanda, Vietnam y España**. Es importante destacar el importante crecimiento de Vietnam desde el 2014-15.

LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)

Mercados de oportunidad Calzas y pantys

(Importación miles de millones USD; %; 2015)



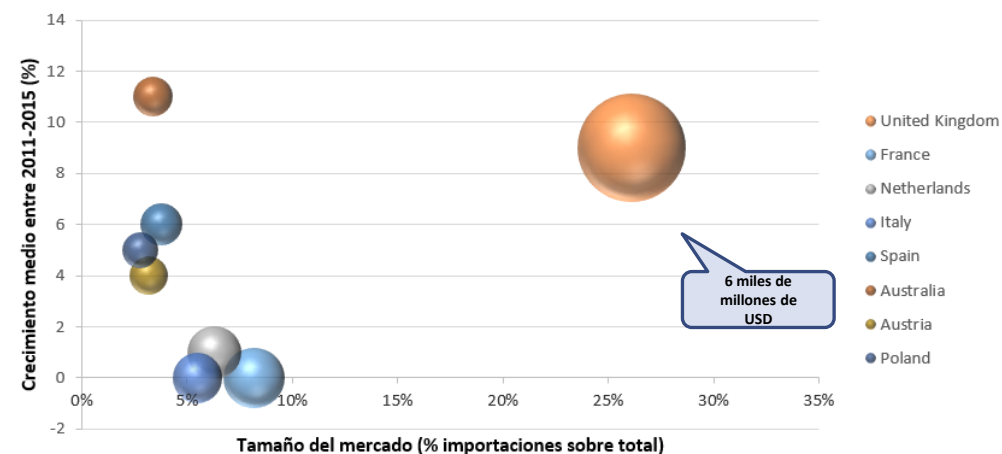
**Calzas y
pantys**

61159500

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de calzas y con una mayor cuota de mercado en crecimiento, en **Reino Unido, Francia, Holanda e Italia**. Es importante destacar el importante crecimiento de Polonia desde el 2014-15.

Mercados de oportunidad Cardigans y jerseys

(Importación miles de millones USD; %; 2015)

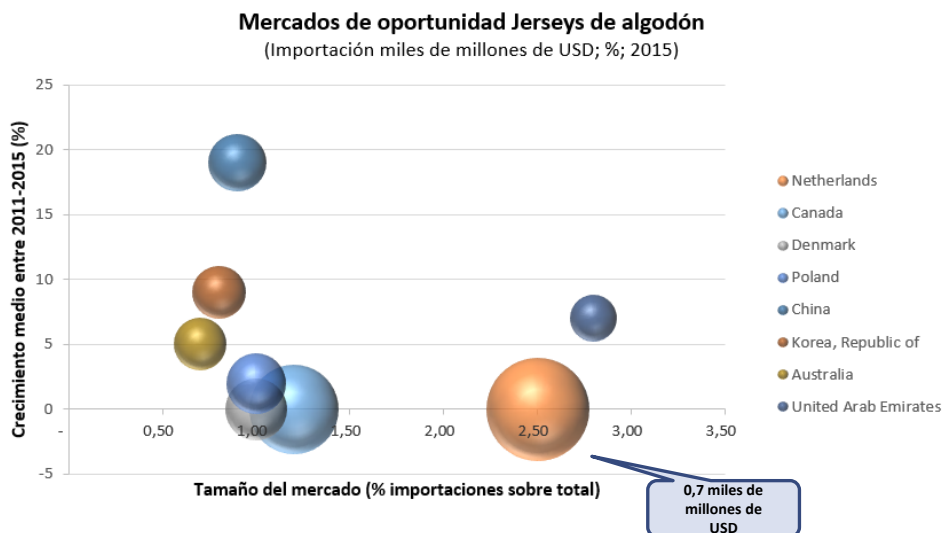


**Jerseys y
Cardigans
sintéticos**

61103000

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) jerseys y cardigans con una mayor cuota de mercado en crecimiento, en **EEUU, Alemania, Reino Unido y Francia**. Es importante destacar el importante crecimiento de España desde el 2014-15.

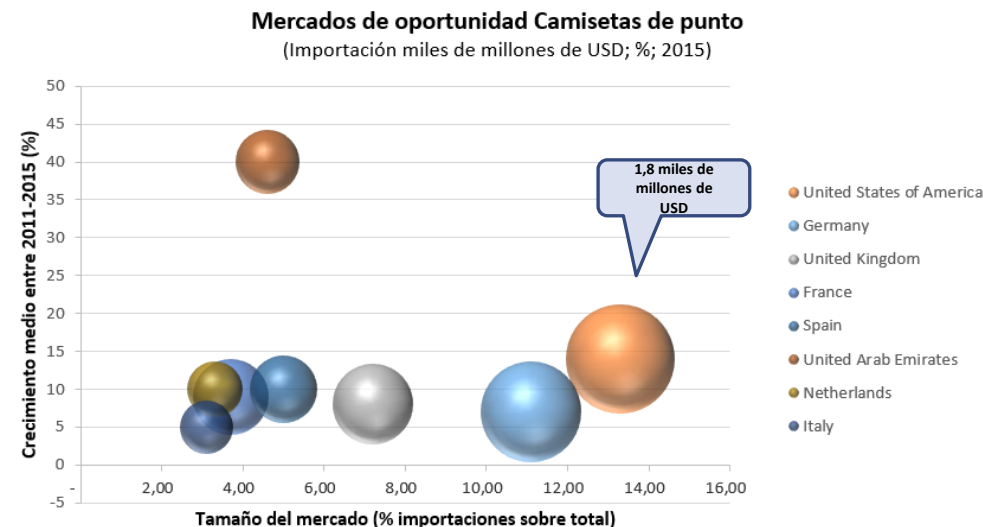
LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)



Jerseys de algodón

61102000

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de jerseys de algodón con una mayor cuota de mercado en crecimiento, en **Holanda, Canadá Dinamarca y Polonia**. Es importante destacar el importante crecimiento de China desde el 2014-15.



Camisetas de punto

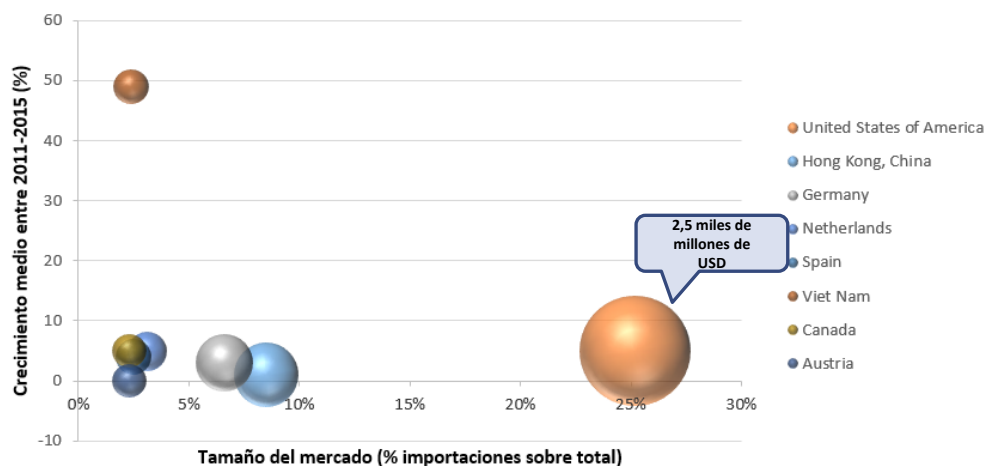
61099000

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de camisetas de punto con una mayor cuota de mercado en crecimiento, en **EEUU, Alemania, Reino Unido y Francia**. Es importante destacar el importante crecimiento de Emiratos Árabes desde el 2014-15.

LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)

Mercados de oportunidad ropa interior mujer

(Importación miles de millones de USD; %; 2015)



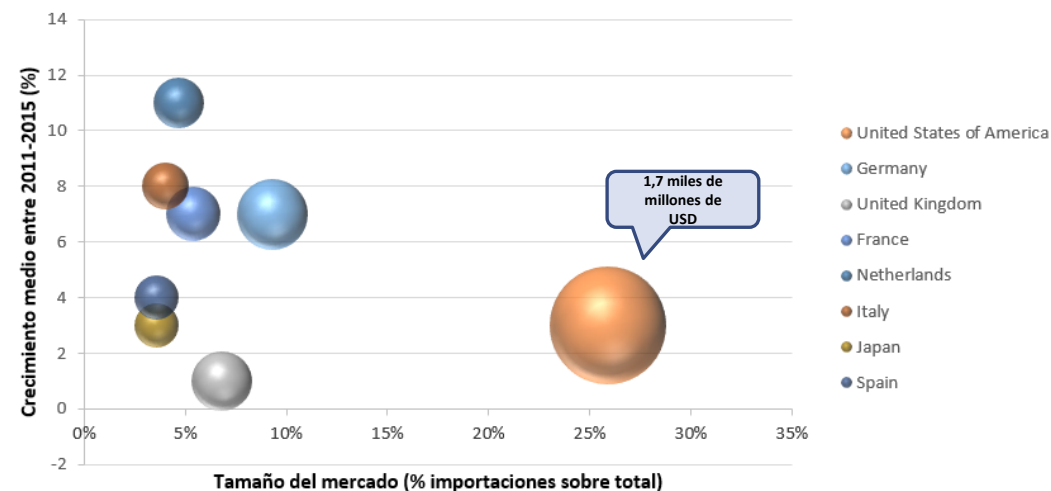
Ropa interior de mujer

62121000

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de ropa interior de mujer con una mayor cuota de mercado en crecimiento, en **EEUU, China, Alemania y Holanda**. Es importante destacar el importante crecimiento de Vietnam desde el 2014-15.

Mercados de oportunidad pantalones de mujer

(Importación miles de millones de USD; %; 2015)

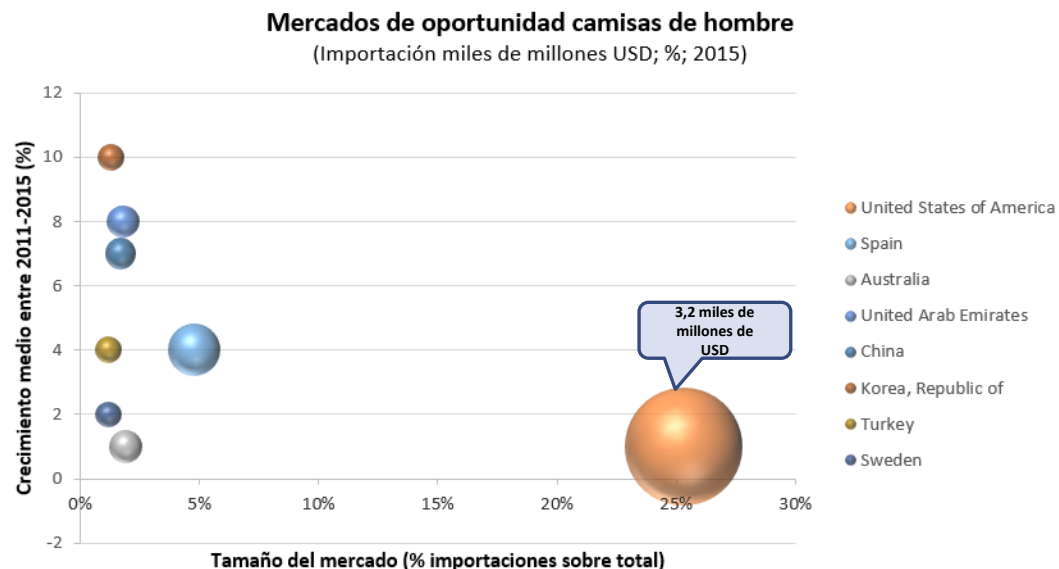


Pantalones de mujer

61046200

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de pantalones de mujer con una mayor cuota de mercado en crecimiento, en **EEUU, Alemania, Reino Unido y Francia**. Es importante destacar el importante crecimiento de Holanda desde el 2014-15.

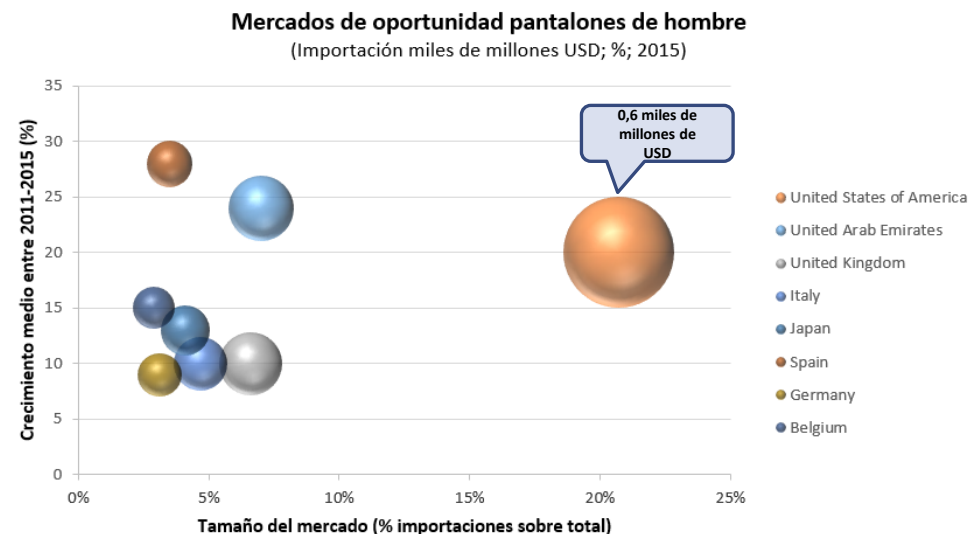
LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)



Camisas de hombre

62052000

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de camisas de hombre con una mayor cuota de mercado en crecimiento, en **EEUU, España, Australia y Reino Unido**. Es importante destacar el importante crecimiento de Korea desde el 2014-15.



Pantalones de hombre

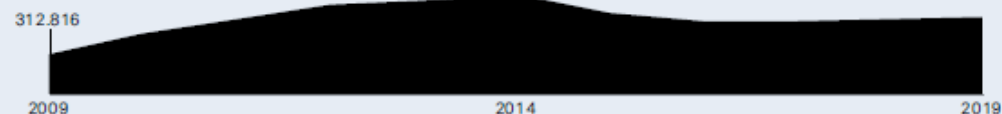
61034200

Se observa mayor dinamismo importador (elevada demanda) de camisas de hombre con una mayor cuota de mercado, en **EEUU, Emiratos Árabes, Reino Unido e Italia**. Es importante destacar el importante crecimiento de Emiratos Árabes desde el 2014-15.

MERCADOS DE OPORTUNIDAD

MERCADOS
ESTRATÉGICOS
MP (2020)



MERCADOS DE OPORTUNIDAD**MÁS DIVERSIFICACIÓN PARA UN MENOR RIESGO****EVOLUCIÓN MUNDIAL DEL CONSUMO DE MODA****EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EN EUROPA****EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EN AMÉRICAS****EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EN ASIA-PACÍFICO**

MERCADO DE PRENDAS DE VESTIR CONFECCIONADAS. EN MILLONES DE EUROS. FUENTE: EAE STRATEGICH RESEARCH CENTER

La región Asia-Pacífico concentra el 37% del mercado de prendas de vestir confeccionadas, mientras que Europa representa el 32% y el continente americano, el 31%

Entre 2009 y 2014, los países que más han elevado su gasto en prendas de vestir fueron emergentes: Rusia, China, Sudáfrica, Brasil y Arabia Saudí

MERCADOS DE OPORTUNIDAD

MÁS DIVERSIFICACIÓN PARA UN MENOR RIESGO

A Medio Plazo (2020), los mayores mercados de consumo de prendas de vestir serán China, Estados Unidos, Alemania, Japón y Reino Unido

Junto a las grandes capitales mundiales del retail empiezan a escalar posiciones como enclaves estratégicos otras de países emergentes, como Shaghái, Dubái o Bangkok



	2014	2019	Variación (%)
Noruega	1.246	1.172	-6
Reino Unido	941	889	-5,5
Suecia	913	935	2,4
Dinamarca	807	761	-5,8
Alemania	794	784	-1,3
EEUU	774	777	0,4
Canadá	753	783	4,0
Holanda	687	695	1,1

GASTO MEDIO POR HABITANTE. EN EUROS

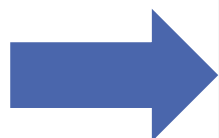
	2014	2019	Variación (%)
Egipto	26	25	-5,8
China	179	222	23,7
Hungría	180	229	27,4
Sudáfrica	195	213	9,0
Brasil	203	201	-0,1
Polonia	217	238	9,8
República Checa	221	241	9,1
Taiwán	301	313	4,0

GASTO MEDIO POR HABITANTE. EN EUROS

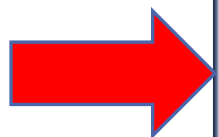


MERCADOS DE OPORTUNIDAD

1. FOCALIZARSE A LOS MERCADOS OBJETIVOS IDENTIFICADOS COMO MERCADOS OPORTUNIDAD EN BASE A:



LA DEMANDA; PAÍSES OBJETIVO (EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES) Y TIPOLOGÍA DE PRODUCTO (NICHOS DE MERCADO)



EN BASE AL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR (ESTILOS DE VIDA Y TENDENCIAS TECNOLÓGICAS; SOCIALES, MEDIOAMBIENTALES,...)

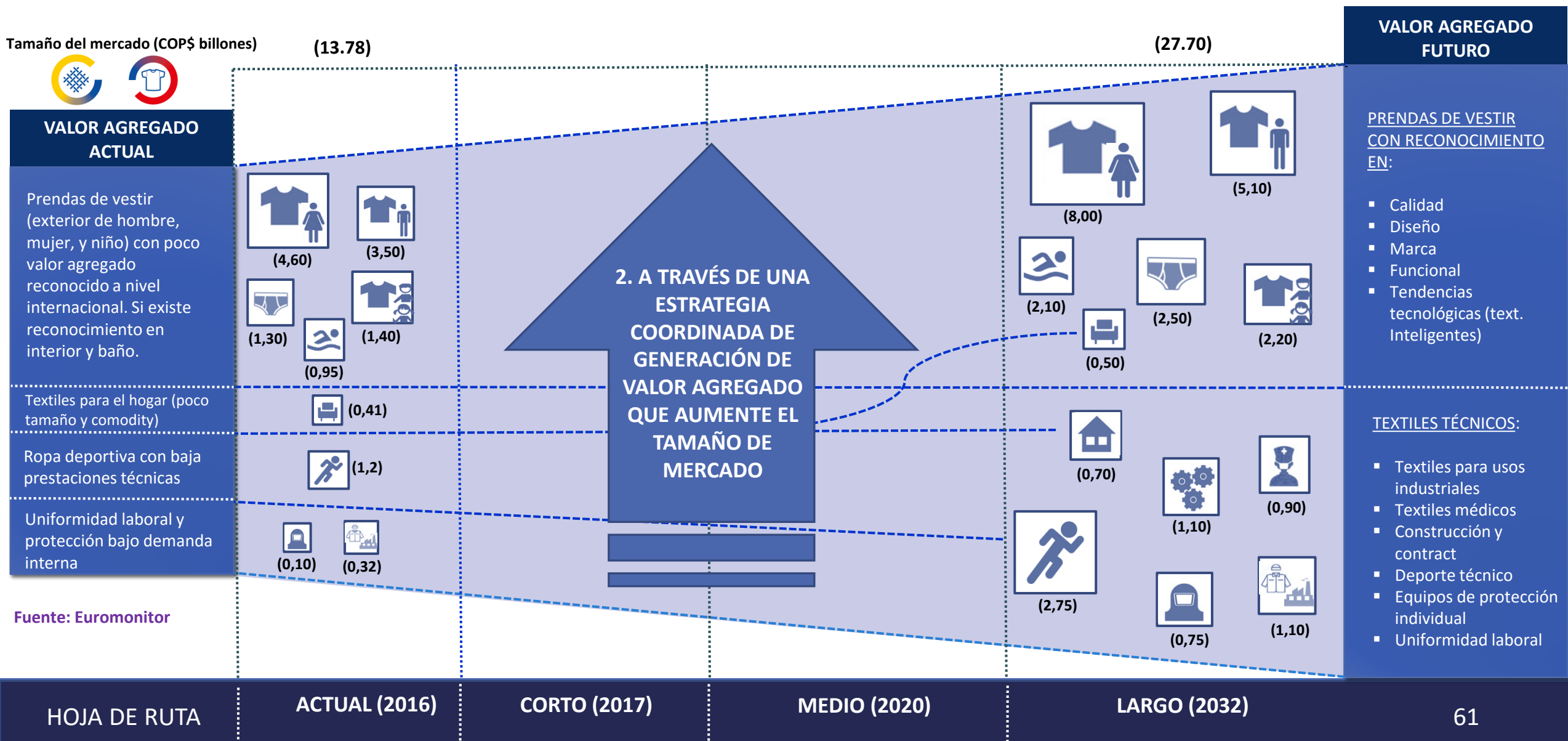
Tendencias

Ecológicas y Sostenibilidad Medioambiental

Social y cultural

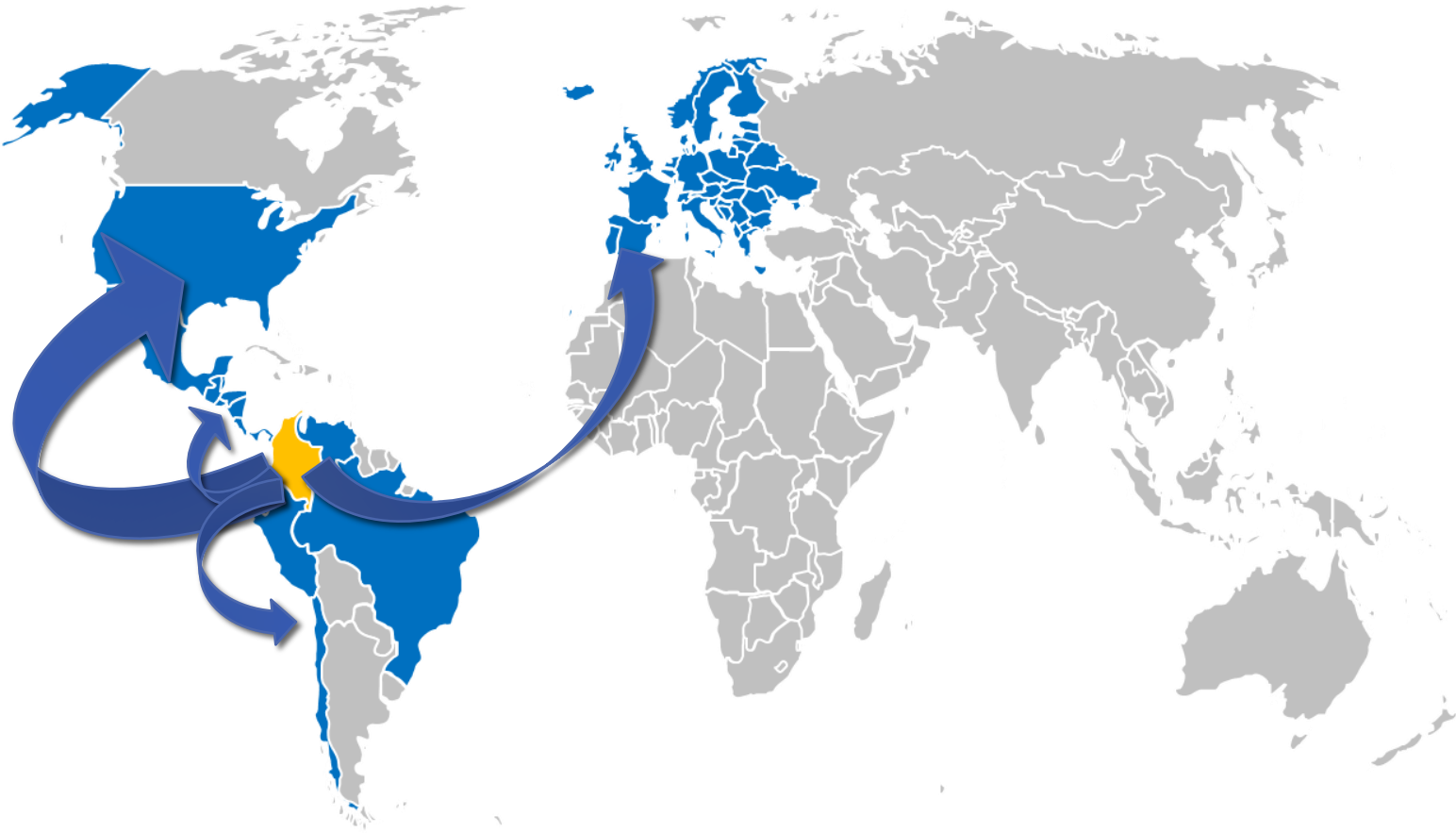
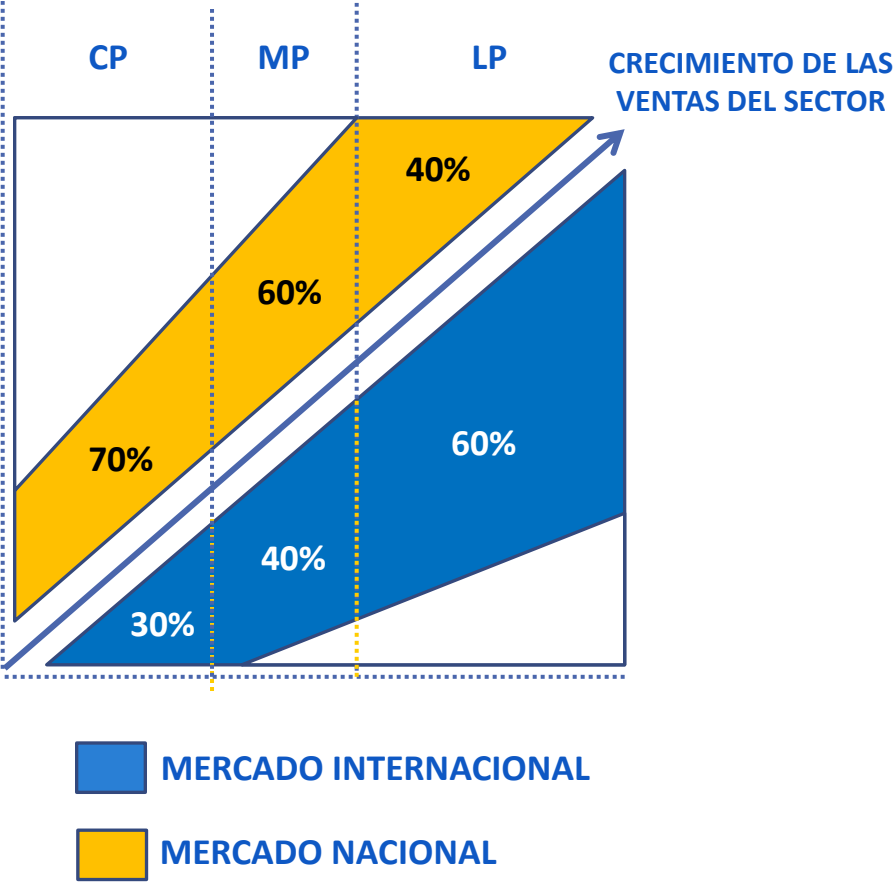
Tecnológica (Smart textiles)

MERCADOS DE OPORTUNIDAD



MERCADOS DE OPORTUNIDAD

3. VALOR AGREGADO QUE PERMITA CONSOLIDAR Y AUMENTAR MERCADO INTERNO Y AUMENTAR LAS EXPORTACIONES



MERCADOS DE OPORTUNIDAD

4. VALOR AGREGADO A TRAVÉS DE UNA ESTRATEGIA CONJUNTA DE SECTOR



CONTENIDOS

A. ASPECTOS METODOLÓGICOS

B. INPUTS DEL SECTOR

C. DEFINICIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

D. ENFOQUE SECTOR

E. HOJA DE RUTA

F. INDICADORES DE SEGUIMIENTO

EJE 1

L1: VINCULACIÓN Y RETENCIÓN

L2: PERFILES OCUPACIONALES Y TENDENCIAS TECNOLÓGICAS

L3: ENTORNO I+D+I

EJE 2

L4: FORMALIZACIÓN Y COMERCIO JUSTO

L5: PROPIEDAD INDUSTRIAL

L6: COMPRA PÚBLICA Y MENOR CARGA ADMINISTRATIVA



CRECEMOS JUNTOS



EJE 3

L7: CADENA DE VALOR GLOBAL

L8: CALIDAD Y CERTIFICACIÓN

L9: INNOVACIÓN Y TRASFERENCIA DE CONOCIMIENTO

L10: DISTRIBUCIÓN, MARCAS E INTERNACIONALIZACIÓN

EJE 4

L11: TIC

L12: SOSTENIBILIDAD SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL

EJE DE ACTUACIÓN 1:



CAPITAL HUMANO

EJE DE ACTUACIÓN 1: CAPITAL HUMANO

LINEAS DE ACTUACIÓN



LINEA DE ACTUACIÓN 1

ESTRUCTURAR UN ENTORNO DE OPORTUNIDAD PARA LAS EMPRESAS Y LA SOCIEDAD PARA LA RETENCIÓN Y VINCULACIÓN DE LAS PERSONAS

LINEA DE ACTUACIÓN 2

MEJORAR EL TALENTO HUMANO EN BASE A LOS PERFILES OCUPACIONALES A CORTO PLAZO Y TENDENCIAS TECNOLÓGICAS Y NECESIDADES PROSPECTIVAS A MEDIO Y LARGO PLAZO

LINEA DE ACTUACIÓN 3

ESTABLECER UN ENTORNO DE CAPITAL HUMANO MÁS CUALIFICADO BASADO EN LA I+D Y LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS

EJE DE ACTUACIÓN 1: CAPITAL HUMANO

ACCIONES

L1. ESTRUCTURAR UN ENTORNO DE OPORTUNIDAD PARA LAS EMPRESAS Y LA SOCIEDAD PARA LA RETENCIÓN Y VINCULACIÓN DE LAS PERSONAS



ACCIONES ORIENTADAS A LA VINCULACIÓN DE PERSONAS HACIA EL SECTOR

- ☐ Llevar a cabo acciones orientadas a atraer personas hacia el sector impulsado por el compromiso del mismo, a través de la creación de un entorno de oportunidades para la sociedad, generando un sector mucho más atractivo.
- ☐ Realizar acciones específicas para la generación de operarios para el sector a través de la vinculación de personas en colectivos específicos (por ej. posconflicto).

ACCIONES ORIENTADAS A LA RETENCIÓN DE PERSONAS EN EL SECTOR

- ☐ Definir y poner en marcha un programa específico de retención del personal con experiencia y habilidades en el sector.
- ☐ Establecer mecanismos de financiación de apoyo a la formación específica y emprendimiento en los sectores textil y confección, y que favorezcan a su vez la movilidad del capital humano con el objeto de generar motivación e interés por el sector.

L1.1

ACCIÓN: VINCULACIÓN DE PERSONAS HACIA EL SECTOR

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Derivado de la situación actual donde existe en líneas generales una mala imagen del sector lo cual provoca que la sociedad no quiera tomar parte del mismo tanto desde el punto de vista educativo como laboral, se plantea una serie de acciones encaminadas a crear un sector de interés y atractivo que permita la captación de capital humano. Además, la gestión del posconflicto es una oportunidad para el sector de atraer personas al sector.

BENEFICIARIOS



i1.1

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: PERSONAS

NÚMERO DE PERSONAS BENEFICIARIAS DE LA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN

- F1** ➤ Desarrollar un programa específico de atracción y VINCULACIÓN de personas hacia el sector a través de la definición, licitación y contratación del desarrollo de un “Plan de Vinculación de personas para generar operarios para el sector a través de la implicación, compromiso y coordinación de las empresas y los agentes formativos y educativos”
- F2** ➤ Definir un programa de BECAS y ayudas financiado en parte por las empresas y, por un lado, el SENA para favorecer la formación de técnicos, y por otro lado, la Academia para formar estudios superiores en centros educativos (tecnólogos y universitarios). Articularlo con los programas que ofrece Colciencias.
- F3** ➤ Desarrollar un programa específico de incorporación de personas procedentes del POSCONFLICTO en el sector textil a través de la definición de la elaboración de un “Estudio estratégico a corto y medio plazo de vinculación de este colectivo al sector textil y confección mediante la formación técnica y ocupación como operarios del sector”.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	OTRAS ENTIDADES COOPERACIÓN	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2016	2017	PTP	MESA SECTORIAL	DIRECTO
2017	2020	MESA SECTORIAL	COLCIENCIAS	DIRECTO
2017	2018	MESA SECTORIAL	PTP – CC - CLUSTERS	DIRECTO

* CC = Cámaras de Comercio

L1.2

ACCIÓN: RETENCIÓN DE PERSONAS EN EL SECTOR

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Derivado de la situación actual de desinterés de la sociedad por el sector y escasez de mano de obra, principalmente operarios, se plantean una serie de acciones encaminadas a mejorar y regular las condiciones laborales y estabilidad por parte de las empresas de forma que aumente el atractivo del sector, y reduzca la rotación y la informalidad del mismo.

BENEFICIARIOS



i1.2

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: PERSONAS

NÚMERO DE PERSONAS BENEFICIARIAS DE LA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN

- F1** ➤ Desarrollar un programa específico de RETENCIÓN de personas hacia el sector a través de la definición, licitación y contratación del desarrollo de un “Plan de retención de personal con experiencia y habilidades en el sector basado en la mejora de las condiciones laborales y estabilidad del empleo textil y confección”.
- F2** ➤ Incorporar en la oferta disciplinas de sectores emergentes para aumentar el interés y captación de alumnos basado en las tendencias tecnológicas
- F3** ➤ A nivel de tecnólogos y universitarios, promocionar estancias en entidades educativas nacionales y extranjeras de referencia como motivación para la captación de interés. Establecer alianzas con estos centros y realizar seminarios con expertos nacionales e internacionales en materias de alto interés para el sector.
- F4** ➤ Fomentar la cultura del emprendimiento en la micro y pequeña empresa. Facilitar la puesta en marcha de proyectos que provengan de ideas de emprendimiento de desarrollo de productos textiles de valor agregado y que sean acogidos por empresas grandes tractoras que hagan de incubadoras y lanzaderas semilleros de estas ideas (apoyo económico y estructural). Profundizar en una agenda conjunta con el Ministerio para acercar programas y estrategias que cumplan con los objetivos del PTP.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	OTRAS ENTIDADES COOPERACIÓN	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2017	2017	PTP	MESA SECTORIAL	DIRECTO
2017	2020	MESA SECTORIAL	ACADEMIA INEXMODA	DIRECTO
2017	2020	MESA SECTORIAL	ACADEMIA - COLCIENCIAS	DIRECTO
2017	2018	INEXMODA	MINISTERIOS	DIRECTO

* CC = Cámaras de Comercio

EJE DE ACTUACIÓN 1: CAPITAL HUMANO

ACCIONES

L2. MEJORAR EL TALENTO HUMANO EN BASE A LOS PERFILES OCUPACIONALES A CORTO PLAZO Y TENDENCIAS TECNOLÓGICAS Y NECESIDADES PROSPECTIVAS A MEDIO Y LARGO PLAZO

**ACCIONES DE ESTANDARIZACIÓN
DE LA OFERTA FORMATIVA EN
BASE A LOS PERFILES
OCUPACIONALES Y
COMPETENCIAS DE PERSONAS**

- ☐ Cubrir con la demanda existente de capital humano en empresas de pequeño tamaño y para un perfil ocupacional concreto; operarios, de forma que en un primer paso se estandarice la oferta y se defina de forma exacta como se debe cubrir con esta necesidad con base en los perfiles ocupacionales y las competencias de las personas en cada puesto de trabajo.

**ACCIONES DE ESPECIALIZACIÓN DE
LA OFERTA FORMATIVA EN BASE A
TENDENCIAS TECNOLÓGICAS**

- ☐ Desarrollar nuevas competencias del capital humano empresarial basado en las tendencias tecnológicas y mercados de oportunidad definidos en visión estratégica del Plan de Negocio.

**ACCIONES DE ESPECIALIZACIÓN DE
LA OFERTA FORMATIVA QUE
PROVIENEN DE ACCIONES
CONCRETAS DE OTROS EJES DE
ACTUACIÓN**

- ☐ Canalizar las acciones de formación específica de aquellos temas de interés que han sido identificados en los ejes de actuación 2, 3 y 4, y que necesitan en una primera fase de acciones específicas de formación técnica.

L2.1

ACCIÓN: ESTANDARIZACIÓN DE LA OFERTA FORMATIVA CON BASE EN LOS PERFILES OCUPACIONALES Y COMPETENCIAS DE PERSONAS A CORTO PLAZO

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Derivado de la situación actual de escasez de la mano de obra, principalmente operarios del sector en las micro y pequeñas empresas, con escasa formación técnica y poco cualificada para el desempeño de las funciones, se plantean acciones dirigidas a la estandarización de la oferta adecuada a los perfiles ocupacionales y competencias de las personas.

BENEFICIARIOS



i2.1

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: INFORME

INFORME DE ESTANDARIZACIÓN DE LA OFERTA

FASES DE EJECUCIÓN

- F1 ➤ Poner en marcha una acción de definición, licitación y contratación para el desarrollar de un “estudio específico para la estandarización de la oferta formativa con base en los perfiles ocupacionales y competencias de personas en las PYMES del sector textil y confección” que permita orientar la oferta a las necesidades actuales por ocupaciones.
- F2 ➤ Realizar acciones de promoción de la oferta por parte del SENA orientadas a las micro y pequeñas empresas que desconocen a nivel general delos programas y sus contenidos, y desarrollar acciones de asesoramiento de la mano de ellas.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	OTRAS ENTIDADES COOPERACIÓN	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2017	2017	PTP	MESAS SECTORIALES	DIRECTO
2018	2020	SENA	MESAS SECTORIALES	DIRECTO

* CC = Cámaras de Comercio

L2.2

ACCIÓN: ESPECIALIZACIÓN DE LA OFERTA FORMATIVA EN BASE A TENDENCIAS TECNOLÓGICAS A MEDIO Y LARGO PLAZO

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Basados en las tendencias tecnológicas planteadas en estudio prospectivo y mercados de oportunidad a medio y largo plazo, se plantea una serie de acciones de formación específicas para desarrollar estas capacidades y aumentar así el nivel de profesionalidad y cualificación de los empleados en las empresas para que puedan posicionarse en estos nuevos mercados.

BENEFICIARIOS



i2.2

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: PERSONAS

NÚMERO DE PERSONAS QUE REALIZAN CURSOS EN EL MARCO DE LA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN

- F1 ➤ Desarrollar nuevas competencias técnicas en las empresas con fundamento en las tendencias tecnológicas que estén orientadas tanto en el desarrollo de productos de alto valor agregado como en la adaptación y adquisición de tecnología para fabricarlos. Ej. textiles inteligentes y funcionales, textiles técnicos en los mercados de oportunidad identificados, nuevas tecnologías de fabricación avanzada, etc.
- F2 ➤ Desarrollar nuevas competencias técnicas en las empresas para desarrollar habilidades directivas en mandos intermedios y directivos y en mercadeo y marketing efectivo para departamento comercial y marketing con el objeto de aumentar ventas y posicionar productos y marcas en mercados internacionales.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	OTRAS ENTIDADES COOPERACIÓN	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2018	2025	ACADEMIA	MESAS SECTORIALES	DIRECTO
2018	2025	ACADEMIA	MESAS SECTORIALES	DIRECTO

* CC = Cámaras de Comercio

L2.3

ACCIÓN: ESPECIALIZACIÓN DE LA OFERTA FORMATIVA QUE PROVIENEN DE ACCIONES CONCRETAS EN OTROS EJES DE ACTUACIÓN**DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN**

De los distintas acciones que se plantean en los ejes de Marco Normativo e Internacionalización, Fortalecimiento Industrial e Infraestructuras y Sostenibilidad se derivan una serie de necesidades en materia formativa y capacitación del capital humano en las empresas.

BENEFICIARIOS

i2.3

INDICADORES DE SEGUIMIENTOUnidad de medida: **PERSONAS**

NÚMERO DE PERSONAS EN EL MARCO DE LA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN	ACCIÓN DE PROCEDENCIA	PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	OTRAS ENTIDADES COOPERACIÓN	MECANISMO DE EJECUCIÓN
		INICIO	FIN			
➤ Generar competencias técnicas a través de la formación específica en 50 empresas de Textil y Confección (en 5 años) sobre “Protección y Propiedad Industrial”, dando especial importancia a los productos de alto valor agregado y la generación y posicionamiento de marcas como motor de diferenciación y estrategia de internacionalización.	L5.1	2018	2022	PTP	SIC	DIRECTO
➤ Formación técnica en temas de calidad, normas técnicas y certificación, en el seno de las empresas, beneficiándose un total 75 empresas del textil y confección (15 empresas/año) que ya exporten o tengan en su estrategia exportar productos técnicos que requieren certificación y controles de calidad.	L8.1	2017	2021	SENA	ACADEMIA	DIRECTO
➤ Generar competencias técnicas a través de la formación específica en 50 empresas de Confección (en 2 años) sobre “Branding y Habilidades de Negociación”, dando especial importancia a la generación y posicionamiento de marcas como motor de diferenciación y estrategia de internacionalización.	L10.2	2019	2020	INEXMODA	ACADEMIA (DISEÑO Y MODA)	DIRECTO

L2.3

ACCIÓN: ESPECIALIZACIÓN DE LA OFERTA FORMATIVA QUE PROVIENEN DE ACCIONES CONCRETAS EN OTROS EJES DE ACTUACIÓN

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

De los distintas acciones que se plantean en los ejes de Marco Normativo e Internacionalización, Fortalecimiento Industrial e Infraestructuras y Sostenibilidad se derivan una serie de necesidades en materia formativa y capacitación del capital humano en las empresas.

BENEFICIARIOS



i2.3

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: PERSONAS

NÚMERO DE PERSONAS EN EL MARCO DE LA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN	ACCIÓN DE PROCEDENCIA	PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	OTRAS ENTIDADES COOPERACIÓN	MECANISMO DE EJECUCIÓN
		INICIO	FIN			
➤ Definición y desarrollo de un programa formativo específico para 30 empresas textiles en materia del uso de las nuevas tecnologías en la gestión de procesos de fabricación para aumentar la productividad y competitividad; gestión de compras, gestión de la producción y almacén, a través de casos de éxito empresariales.	L11.1	2018	2018	INEXMODA	PTP	DIRECTO
➤ Definición y desarrollo de un programa formativo específico para 30 empresas confección en materia del uso de las nuevas tecnologías en la gestión del diseño, distribución, marketing y comercio electrónico para aumentar la competitividad a través de casos de éxito empresariales.	L11.2	2019	2019	SENA	CC - CLUSTERS	DIRECTO

L2.3

ACCIÓN: ESPECIALIZACIÓN DE LA OFERTA FORMATIVA QUE PROVIENEN DE ACCIONES CONCRETAS EN OTROS EJES DE ACTUACIÓN

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

De los distintas acciones que se plantean en los ejes de Marco Normativo e Internacionalización, Fortalecimiento Industrial e Infraestructuras y Sostenibilidad se derivan una serie de necesidades en materia formativa y capacitación del capital humano en las empresas.

BENEFICIARIOS



i2.3

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: PERSONAS

NÚMERO DE PERSONAS EN EL MARCO DE LA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN	ACCIÓN DE PROCEDENCIA	PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	OTRAS ENTIDADES COOPERACIÓN	MECANISMO DE EJECUCIÓN
		INICIO	FIN			
➤ Aumentar las capacidades técnicas en materia de EFICIENCIA ENERTÉTICA a través de la definición y desarrollo de un programa formativo específico para 30 empresas con aspectos metodológicos, buenas prácticas, recomendaciones, casos de éxito, auditorías y certificaciones, y realización de casos prácticos en las empresas con el objeto de reducir así el consumo energético en las empresas.	L12.1	2018	2020	SENA	PTP	DIRECTO
➤ Generar las capacidades técnicas en materia de GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE AGUAS INDUSTRIALES a través de la definición y desarrollo de un programa formativo específico para 15 empresas del subsector acabados con aspectos metodológicos, buenas prácticas y recomendaciones, y legislación vigente y futura.	L12.2	2019	2020	CORPORACIONES AUTONÓMICAS REGIONALES	CC - CLUSTERS	DIRECTO
➤ Aumentar las capacidades técnicas en materia de GESTIÓN DE RESIDUOS, RECICLABILIDAD, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SALUD TEXTIL a través de la definición y desarrollo de un programa formativo específico para 50 empresas en 2 años con aspectos metodológicos, buenas prácticas, recomendación, casos de éxito, y realización de casos prácticos en las empresas con el objeto de sensibilizar la responsabilidad medioambiental en las empresas derivado de la mayor exigencia por parte del consumidor a medio y largo plazo y adecuación a la demanda actual en mercados internacionales (EEUU y Europa).	L12.3	2020	2022	SENA	CC - CLUSTERS	DIRECTO

EJE DE ACTUACIÓN 1: CAPITAL HUMANO

ACCIONES

L3. ESTABLECER UN ENTORNO DE CAPITAL HUMANO MÁS CUALIFICADO BASADO EN LA I+D Y LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS



ACCIONES DE ORIENTACIÓN Y ENFOQUE DEL SECTOR EN EL ENTORNO DE LA I+D+I

- ❑ Llevar a cabo acciones de coordinación entre todos los agentes relacionados con la educación y formación con el objeto de garantizar la pertinencia educativa y optimizar esfuerzos y recursos.
- ❑ Poner a disposición de las empresas la información de la oferta educativa de forma fácil y coordinada entre los distintos agentes de la academia, y recoger las necesidades concretas, no solo en materia educativa sino también laboral.

L3.1

ACCIÓN: ORIENTACIÓN Y ENFOQUE DEL SECTOR EN EL ENTORNO DE LA I+D+I

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Debido a la falta de áreas departamentales dedicadas a la Investigación y la Innovación en las empresas, necesario para el sector a medio y largo plazo en función de los mercados de oportunidad definidos, se plantean una serie de acciones que permitirán crear las competencias técnicas en el futuro. Además se plantea la necesidad de articular programas de cooperación y transferencia para dinamizar este cambio.

BENEFICIARIOS



i3.1

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: PERSONAS

NÚMERO DE PERSONAS BENEFICIARIAS DE ESTA ACCIÓN

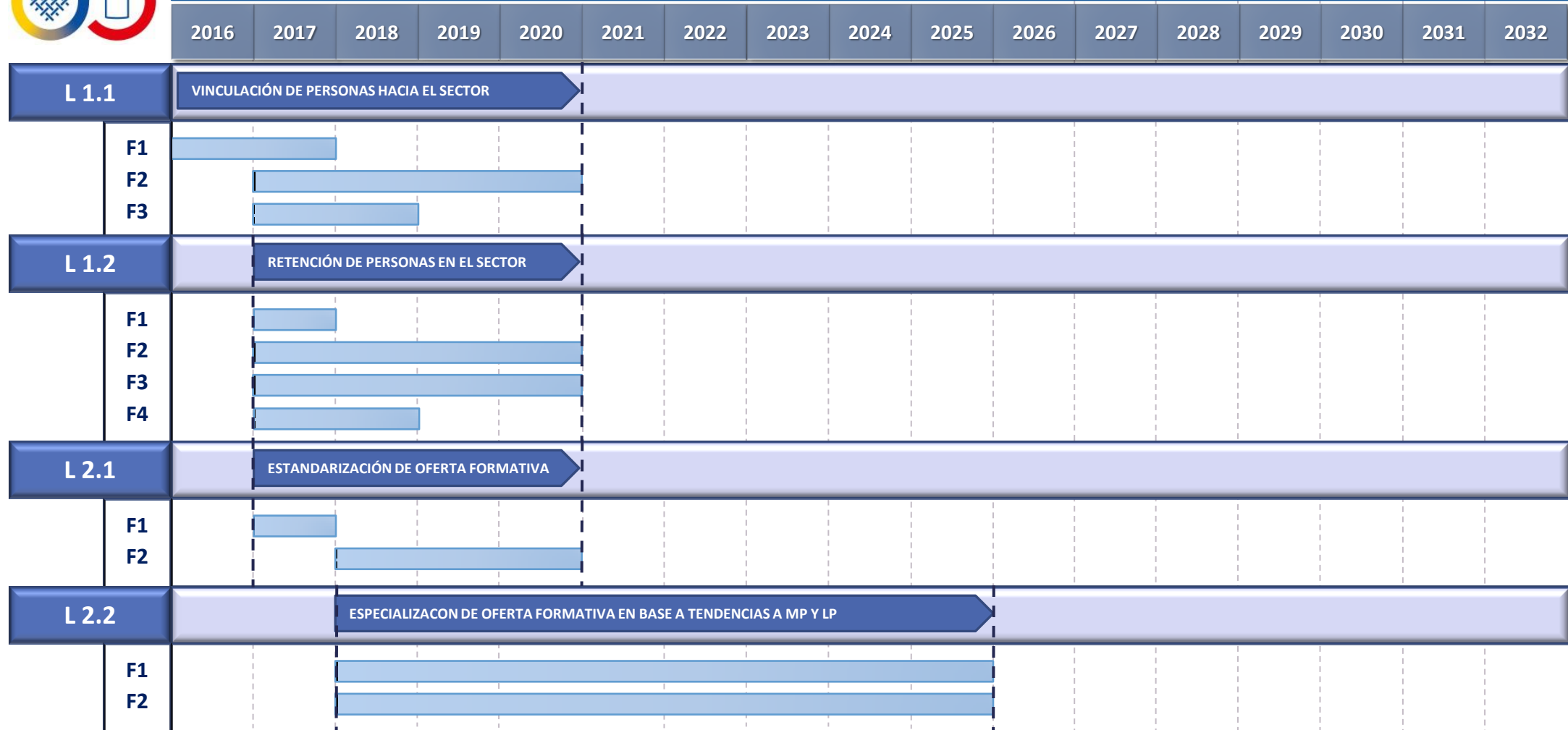
FASES DE EJECUCIÓN

- F1 ➤ Desarrollar nuevas competencias y perfiles ocupacionales orientados a los procesos de Innovación e I+D con departamentos específicos dentro de las empresas que conozcan las metodologías y herramientas para poder articular estos procesos destinados a desarrollar productos de alto valor agregado y optimizar procesos.
- F2 ➤ Establecer y crear redes de conocimiento y oficinas de transferencia de conocimiento dentro de los agentes de la academia que se orienten a la I+D+I de forma que se garantice que los resultados de los procesos de investigación llegan a las empresas y se aplican industrialmente.
- F3 ➤ Coordinar con agentes internacionales líneas de cooperación internacional en I+D+I a través de programas de apoyo y financiación de proyectos de los organismos públicos que administran estas ayudas (Programa IBEROEKA, CYTED, etc.)

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	OTRAS ENTIDADES COOPERACIÓN	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2017	2032	ACADEMIA	MESAS SECTORIALES	DIRECTO
2018	2020	ACADEMIA	MESAS SECTORIALES	DIRECTO
2018	2020	MESAS SECTORIALES	COLCIENCIAS INNPULSA	DIRECTO

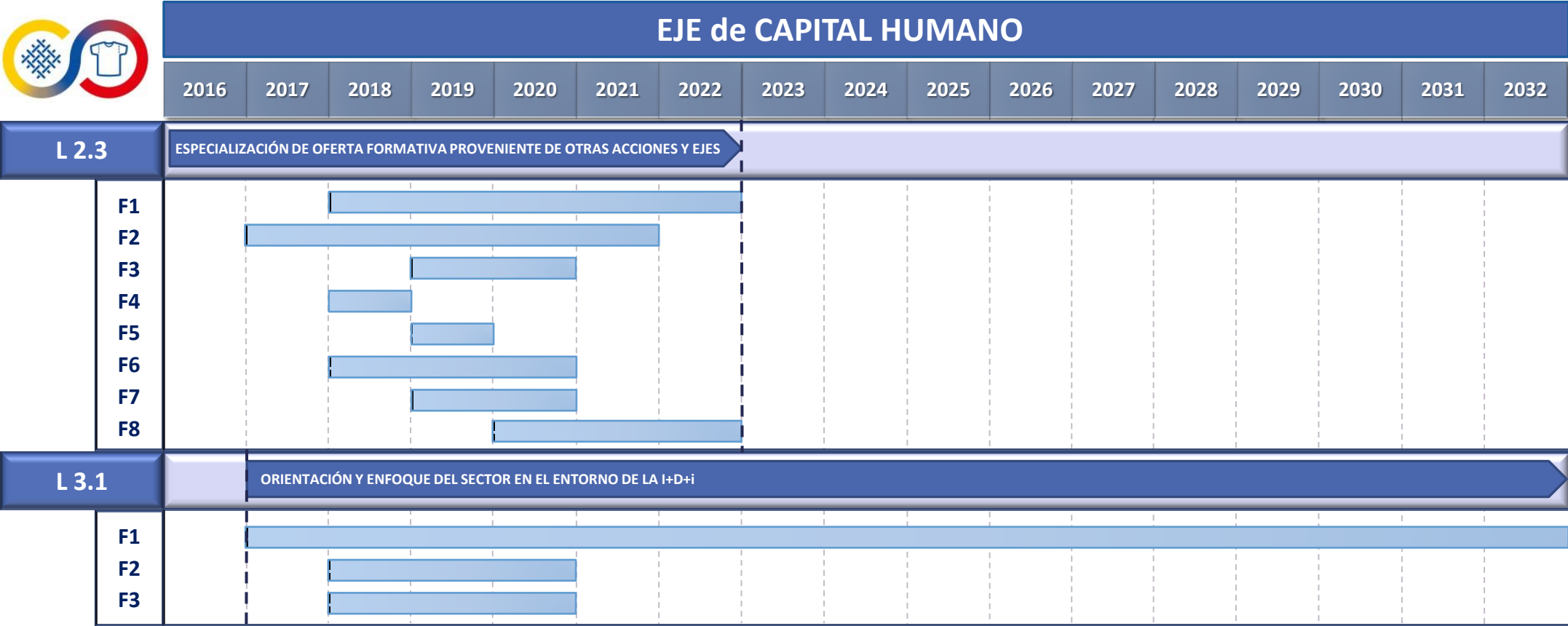


EJE de CAPITAL HUMANO





EJE de CAPITAL HUMANO



EJE DE ACTUACIÓN 2:



MARCO NORMATIVO

EJE DE ACTUACIÓN 2: MARCO NORMATIVO

LINEAS DE ACTUACIÓN



LINEA DE ACTUACIÓN 4

IDENTIFICACIÓN Y GENERACIÓN DE COMPETENCIAS TÉCNICAS EN FORMALIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR Y DEFINIR E IMPLEMENTAR UN CERTIFICADO DE DIFERENCIACIÓN RECONOCIDO POR EL CONSUMIDOR FINAL

LINEA DE ACTUACIÓN 5

MEJORAR LAS COMPETENCIAS TÉCNICAS EN MATERIA DE PROPIEDAD INDUSTRIAL Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO PARA PROTEGER MARCAS Y DESARROLLAR PRODUCTOS DE ALTO VALOR AGREGADO

LINEA DE ACTUACIÓN 6

MEJORAR LAS COMPETENCIAS TÉCNICAS EN MATERIA DE COMPRA PÚBLICA CON UN ENFOQUE A MERCADOS OBJETIVOS Y REDUCIR LA CARGA ADMINISTRATIVA PARA MEJORAR COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS

EJE DE ACTUACIÓN 2: MARCO NORMATIVO

ACCIONES

L4 IDENTIFICACIÓN Y GENERACIÓN DE COMPETENCIAS TÉCNICAS EN FORMALIZACIÓN EN TODA LA CADENA DE VALOR Y DEFINIR E IMPLEMENTAR UN CERTIFICADO DE DIFERENCIACIÓN RECONOCIDO POR EL CONSUMIDOR FINAL



ACCIONES DE IDENTIFICACIÓN Y GENERACIÓN DE CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS TÉCNICAS EN MATERIA DE FORMALIZACIÓN ORIENTADA A PRODUCTOS DE VALOR AGREGADO Y MERCADOS OBJETIVOS

- ☐ Caracterizar el sector textil y confección en materia de formalización partiendo del CIU e identificar y establecer los procedimientos que tiene que cumplir un empresario desde el punto de vista empresarial y laboral de forma general, y por tipología de producto de forma específica.
- ☐ Desarrollar las competencias técnicas en materia de formalización, orientada principalmente hacia productos de mayor valor agregado que vayan destinados a mercados objetivos, de forma que se pueda enlazar la formalización con la productividad.

ACCIONES DE DEFINICIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE UN PROGRAMA DE DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS QUE PRACTICAN PROCEDIMIENTOS DE COMERCIO JUSTO

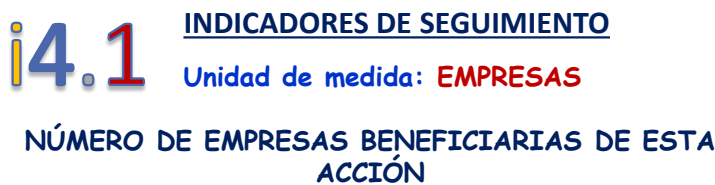
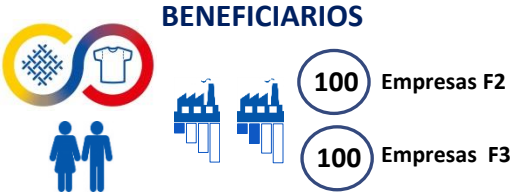
- ☐ Diseñar un programa específico que permita diferenciar el producto que cumple con los criterios de legalidad en cuanto a procedencia de materias primas y procesos de fabricación en condiciones de formalidad mediante la certificación a empresas de un nuevo certificado denominado "Comercio Justo".
- ☐ Definir el organismo competente y el protocolo de actuación de este certificado
- ☐ Definir un plan de comunicación para llegar al consumidor final de esta diferenciación de forma que sea un elemento clave en la decisión de la compra.
- ☐ Poner en marcha esta iniciativa e impactar en más de 500 empresas en 10 años

L4.1

ACCIÓN: IDENTIFICACIÓN Y GENERACIÓN DE CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS TÉCNICAS EN MATERIA DE FORMALIZACIÓN ORIENTADAS A PRODUCTOS DE VALOR AGREGADO Y MERCADOS OBJETIVOS

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Con el fin de fortalecer las acciones de formalización empresarial y de producto (reglamentación técnica), se proponen una serie de acciones encaminadas a aumentar las competencias técnicas en materia de formalización en relación a los productos que se fabrican actualmente, y a medio y largo plazo, a nuevos productos de alto valor agregado que van orientados a mercados objetivos.



FASES DE EJECUCIÓN

- F1** ➤ Partiendo del CIU; identificar los procedimientos que tiene que cumplir un empresario en materia de formalización laboral, empresarial y por producto.
- F2** ➤ Crear capacidades técnicas y promoción en empresas de pequeño tamaño y definir un programa conjunto ente el PTP, “Colombia se formaliza”, la ANDI y las CC con objeto de enlazar la formalización con la productividad, que permita llegar a un mínimo de 20 empresas/año durante 5 años.
- F3** ➤ A medio y largo plazo, articular programas de financiación y apoyo a las empresas para implantar procesos de formalización y normalización en base a los productos de alto valor agregado en mercados objetivos. Alcanzar un mínimo de 20 empresas /año durante 5 años.
- F4** ➤ Realizar un seguimiento anual de la acciones que se están llevando a cabo por las entidades competentes de inspección y control según la legislación vigente y evaluar el impacto que éstas están teniendo en la formalización del sector.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	ENTIDADES PARTICIPANTES	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2017	2017	ANDI	PTP ANDI	DIRECTO
2018	2022	PTP	ANDI CC - CLUSTERS Colombia se formaliza	DIRECTO
2020	2024	PTP	CC - CLUSTERS ANDI	DIRECTO
2018	2032	PTP	CC - CLUSTERS ANDI	DIRECTO

L4.2

ACCIÓN: DEFINICIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE UN PROGRAMA DE DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS QUE PRACTICAN PROCEDIMIENTOS DE COMERCIO JUSTO

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Con el fin de diferenciar a las empresas que hacen comercio justo, se proponen una serie de fases dirigidas a identificar la procedencia de las materias primas dentro de la cadena y si los productos han sido fabricados en condiciones de formalización, generando un distintivo diferenciador que regule la trazabilidad, regule la legalidad y se definan unas reglas de comercio justo.

BENEFICIARIOS



i4.2

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: EMPRESAS

NÚMERO DE EMPRESAS BENEFICIARIAS DE ESTE CERTIFICADO DE COMERCIO JUSTO

FASES DE EJECUCIÓN

- F1 ➤ Definir un programa específico para el sector textil y confección denominado “comercio justo” cuyo objetivo es la diferenciación del producto a través de un distintivo/etiqueta de empresa que garantice la trazabilidad del mismo basado en dos criterios básicos de fabricación y procedencia:
1. Garantía legal de origen; la entrada en el País de materias primas declaradas y utilizando los canales legales aduaneros.
 2. Garantía legal de fabricación; los procesos de fabricación de estos productos procesados en Colombia se han realizado en empresas formales (laboral y empresarial).
- Definir el procedimiento para emitir la certificación a empresas de este distintivo y realización de auditorias para la regulación y seguimiento.
- Establecer un plan estratégico de comunicación al consumidor para que este certificado sea realmente un elemento diferenciador y de posicionamiento competitivo de las empresas formales y que no practican contrabando.

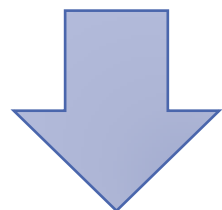
- F2 ➤ Implantación y puesta en marcha del programa de *comercio justo* (Objetivo: 500 empresas certificadas en 10 años).

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	ENTIDADES PARTICIPANTES	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2018	2020	PTP	CC - CLUSTERS ANDI OTROS MINISTERIOS	DIRECTO
2020	2030	PTP	ANDI	PROGRAMA

EJE DE ACTUACIÓN 2: MARCO NORMATIVO

ACCIONES

L5 MEJORAR LAS COMPETENCIAS TÉCNICAS EN MATERIA DE PROPIEDAD INDUSTRIAL Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO PARA PROTEGER MARCAS Y DESARROLLAR PRODUCTOS DE ALTO VALOR AGREGADO

**L5****PROPIEDAD
INDUSTRIAL****ACCIONES DE FORTALECIMIENTO DE LAS
CAPACIDADES TÉCNICAS EN MATERIA DE
PROPIEDAD INDUSTRIAL EN LAS EMPRESAS**

- ❑ El desarrollo a medio plazo de un sector con productos de más alto valor agregado y donde las marcas van a ser un elemento diferenciador y competitivo, obliga al sector a mejorar sus competencias en materia de propiedad industrial y herramientas de protección de estos activos (valor).
- ❑ Además, es importante adquirir también estas competencias en los mecanismos de adquisición y transferencia de conocimiento y tecnologías de forma que el sector pueda generar y aplicar valor en la cadena.

L5.1

ACCIÓN: FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES TÉCNICAS EN MATERIA DE PROPIEDAD INDUSTRIAL EN LAS EMPRESAS

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Con el fin de poder proteger el valor que el sector tiene que desarrollar a medio y largo plazo, se plantea una serie de fases orientadas a adquirir las competencias técnicas en materia de protección y propiedad industrial.

BENEFICIARIOS



i5.1 INDICADORES DE SEGUIMIENTO
Unidad de medida: EMPRESAS

NÚMERO DE EMPRESAS BENEFICIARIAS DE ESTA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN

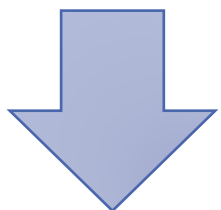
- F1 ➤ Generar competencias técnicas a través de la formación específica en 50 empresas de Textil y Confección (en 5 años) sobre “Protección y Propiedad Industrial”, dando especial importancia a los productos de alto valor agregado y la generación y posicionamiento de marcas como motor de diferenciación y estrategia de internacionalización.
- F2 ➤ Ofrecer apoyo y asistencia técnica y profesional a empresas en materia de Propiedad Industrial y Transferencia de Conocimiento (procedimientos y gestión administrativa, gestión técnica, gestión jurídica,...) de forma que se alcance un total de 50 empresas/año durante 5 años.
- F3 ➤ Crear un Sistema de Vigilancia Tecnológica (plataforma web) que permita llevar un seguimiento actualizado del conocimiento técnico que se genera a nivel mundial en patentes y marcas, así como detección de oportunidades de mercado. Esta fase se ha contemplado en el eje de Fortalecimiento.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	ENTIDADES PARTICIPANTES	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2018	2022	PTP	SIC	DIRECTO
2018	2022	PTP	SIC	DIRECTO
EJE FORTALECIMIENTO INDUSTRIAL				

EJE DE ACTUACIÓN 2: MARCO NORMATIVO

ACCIONES

L6 MEJORAR LAS COMPETENCIAS TÉCNICAS EN MATERIA DE COMPRA PÚBLICA CON UN ENFOQUE A MERCADOS OBJETIVOS Y REDUCIR LA CARGA ADMINISTRATIVA PARA MEJORAR COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS



L6

**COMPRA PÚBLICA
Y MENOR CARGA
ADMINISTRATIVA**

ACCIONES DE GENERACIÓN DE COMPETENCIAS TÉCNICAS Y DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS PARA POSICIONAMIENTO DE PRODUCTO COLOMBIANO EN COMPRA PÚBLICA EN MERCADOS OBJETIVOS

- ☐ Generar competencias técnicas en el sector para poder acceder a concursos público de dotaciones e intendencias a corto plazo a nivel nacional y a medio y largo plazo a nivel internacional.
- ☐ Desarrollar acciones de asesoramiento y apoyo técnico a los organismos públicos licitadores de compra pública para definir y adecuar la oferta a las necesidades en cuanto a normativa y requerimientos técnicos.
- ☐ Identificar licitaciones internacionales y prestar asesoramiento y apoyo a las empresas para crear alianzas y ofrecer una oferta conjunta a estos pliegos de compra pública o privada en mercados objetivos.

ACCIONES PARA REDUCIR LA CARGA ADMINISTRATIVA DE LAS EMPRESAS A TRAVÉS DE LA IDENTIFICACIÓN DE LOS TRÁMITES Y COORDINACIÓN DE LAS ENTIDADES ESTATALES

- ☐ Conocer todos los procedimientos y trámites administrativos que realizan las empresas en materia empresarial y laboral con el fin de identificar aquellos que son comunes, con la misma información, y que por lo tanto se generan duplicidades.
- ☐ Proponer acciones para la reducción de la carga administrativa en las empresas y establecer talleres de trabajo con los organismos estatales para definir e implantar soluciones al respecto.

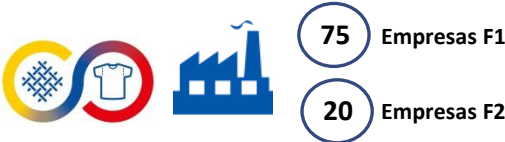
L6.1

ACCIÓN: GENERACIÓN DE COMPETENCIAS TÉCNICAS Y DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS PARA POSICIONAMIENTO DE PRODUCTO COLOMBIANO EN COMPRA PÚBLICA EN MERCADOS OBJETIVOS

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Con el objeto de que las empresas colombianas puedan posicionarse y ser más competitivas en la compra pública (dotaciones) se considera necesario llevar a cabo, por un lado, acciones de formación y mejora de competencias técnicas, y por otro lado, definir e implantar estrategias de posicionamiento en productos colombianos tanto a nivel nacional como internacional.

BENEFICIARIOS



i6.1 INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: **EMPRESAS**

NÚMERO DE EMPRESAS BENEFICIARIAS DE ESTA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN

- F1** ➤ Crear capacidades técnicas y promoción en empresas (15 empresas/año durante 5 años) sobre compra pública en materia de marco normativo para adaptar sus productos a las especificaciones técnicas que aparecen en el pliego técnico con objeto de diversificar productos en nuevos mercados.
- F2** ➤ Definir e implantar un servicio de asesoramiento a empresas para un colectivo de 20 empresas colombianas (10 empresas/año) con objeto de diversificar productos hacia productos de alto valor agregado y acceder a concursos públicos o privados de dotación y suministro de textiles técnicos (militar, policía, médicos, industrial, equipos de protección y seguridad, etc.), tanto a nivel nacional como internacional.
- F3** ➤ Realizar una estrategia de posicionamiento, promoción y asesoramiento a entidades públicas que liciten contratos públicos de dotación y suministro de productos textiles, en materia de regulación y normativa técnica (ficha técnica de producto y requerimientos).

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	ENTIDADES PARTICIPANTES	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2017	2021	PTP	ACADEMIA	DIRECTO
2018	2019	PTP	PROCOLOMBIA ANDI	DIRECTO
2019	2021	PTP	PROCOLOMBIA ANDI	DIRECTO

L6.2

ACCIÓN: REDUCIR LA CARGA ADMINISTRATIVA DE LAS EMPRESAS A TRAVÉS DE LA IDENTIFICACIÓN DE LOS TRÁMITES Y COORDINACIÓN DE LAS ENTIDADES ESTATALES

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Las empresas tienen que dedicar cada vez más esfuerzos y recursos en cumplir con todos los trámites administrativos y burocráticos para cada entidad pública pertinente, muchas veces, incluso duplicando trámites e información a distintos organismos. Es por ello, que se plantea una acción específica de identificar cuales es la carga administrativa, cuantificarla y proponer un plan de acción específico para que exista una mayor coordinación entre ellas.

BENEFICIARIOS



i6.2

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: INFORME

INFORME DE SOLUCIONES SECTORIAL PARA REDUCIR TRABAJO ADMINISTRATIVO

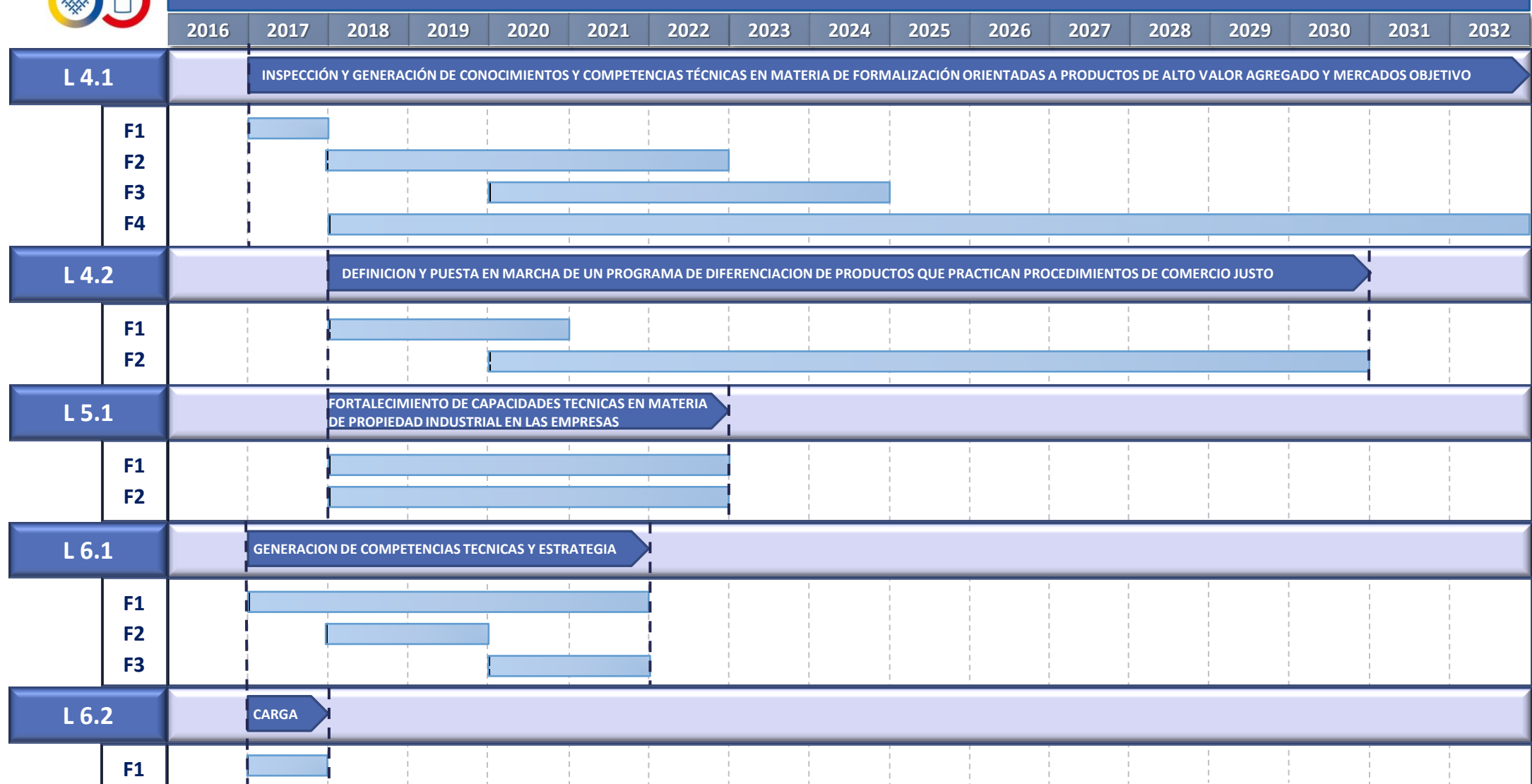
FASES DE EJECUCIÓN

- F1 ➤ Identificar en detalle cuales son los procedimientos que actualmente presentan las empresas para cumplir con todos los trámites administrativos que exigen los distintos organismos públicos. Cuantificar y evaluar la carga de trabajo que eso supone en las empresas.
- Estudiar las duplicidades que se producen en materia de información y gestión que ello implica.
- Proponer a través de un informe las recomendaciones pertinentes que propone el sector con el fin de reducir de forma significativa estos trámites para reducir carga.
- Poner en marcha una serie de talleres de trabajo con estos organismo con el objeto de valorar e implantar estas soluciones propuestas.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	ENTIDADES PARTICIPANTES	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2017	2017	ANDI	PTP	DIRECTO



EJE de MARCO NORMATIVO



EJE DE ACTUACIÓN 3:



FORTALECIMIENTO INDUSTRIAL

EJE DE ACTUACIÓN 3: FORTALECIMIENTO INDUSTRIAL

LINEAS DE ACTUACIÓN



LINEA DE ACTUACIÓN 7

GENERAR Y APROPIAR VALOR EN LAS EMPRESAS A TRAVÉS DEL AUMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD, LA DIVERSIFICACIÓN Y MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA EN UN CONTEXTO DE CVG

LINEA DE ACTUACIÓN 8

PROMOVER EL DESARROLLO DE PRODUCTOS Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN BAJO ESTÁNDARES DE CALIDAD INTERNACIONALES

LINEA DE ACTUACIÓN 9

FORTALECER LAS EMPRESAS A TRAVÉS DE LA VIGILANCIA TECNOLÓGICA, LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO Y LA INNOVACIÓN

LINEA DE ACTUACIÓN 10

IMPULSAR EL CRECIMIENTO E IMPLANTACIÓN HACIA EL EXTERIOR POR COOPERACIÓN Y POTENCIACIÓN DE MARCAS EN MERCADOS DE OPORTUNIDAD

EJE DE ACTUACIÓN 3: FORTALECIMIENTO INDUSTRIAL

ACCIONES

L7 GENERAR Y APROPIAR VALOR EN LAS EMPRESAS A TRAVÉS DEL AUMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD, LA DIVERSIFICACIÓN Y MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA EN UN CONTEXTO DE CVG.



ACCIONES PARA GENERAR Y APROPIAR VALOR EN EMPRESAS ANCLA A TRAVÉS DE UN MAPEO DE LA CADENA DE VALOR GLOBAL

- ☐ Definir las diferentes actividades productivas dentro de la cadena que se desarrollan en el sector textil y confección y que generan valor dentro y fuera de Colombia, a través de un mapeo.
- ☐ Desarrollar una estrategia para generar y apropiar valor en la cadena de valor implantación en empresas ancla, de forma que se pueda llegar a un mínimo de 30 empresas beneficiarias.

ACCIONES DE APOYO Y ASESORAMIENTO A EMPRESAS EN DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS DE ALTO VALOR AGREGADO A MEDIO PLAZO

- ☐ Promover acciones de diversificación de la oferta de productos de la empresas, de forma que éstos presenten un mayor valor agregado.
- ☐ Orientar esos nuevos productos a nuevos nicho de mercado definidos como mercados objetivos, de forma que se aumente el valor agregado del sector textil y confección, y de esta forma las empresas estén más preparadas para competir en mercados nacionales e internacionales.

ACCIONES PARA MEJORAR Y OPTIMIZAR EL PROCESO PRODUCTIVO EN EMPRESAS TEXTILES QUE PERMITA AUMENTAR PRODUCTIVIDAD Y MEJORAR LA CALIDAD A CORTO PLAZO

- ☐ Poner en marcha una serie de adaptaciones y mejoras a nivel productivo que permita aumentar el valor de los productos desarrollados, mejorando así la productividad y la calidad de los mismos.
- ☐ Desarrollar el programa, de forma directa, en 20 empresas de los distintos eslabones de la cadena productiva y generar, de forma indirecta, buenas prácticas para divulgar y aplicar en cada subsector.

ACCIONES DE RECONVERSIÓN A TRAVÉS DE LA MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA Y ACCESO AL CRÉDITO

- ☐ Establecer mecanismos de apoyo y asesoramiento que favorezcan la modernización industrial en un centenar de empresas de ambos sectores y en toda la cadena de valor de forma que permita aumentar la productividad y eficiencia en las empresas.
- ☐ Promover el crédito para que se puedan implantar los planes de modernización tecnológica en cada empresa.

L7.1

ACCIÓN: GENERAR Y APROPIAR VALOR EN EMPRESAS ANCLA A TRAVÉS DE UN MAPEO DE LA CADENA DE VALOR GLOBAL

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Fruto de la desestructuración que presenta en la actualidad el sector y pérdida de valor ya que van desapareciendo eslabones de la cadena, se pretende realizar un mapeo del mismo en clave CVG de modo que se visualicen, clasifiquen y analicen para cada categoría de producto las empresas, lugares y procesos, tanto a nivel nacional como internacional, identificando actividades de valor agregado, cadena de abastecimiento, mercados destino, proveedores de servicios, etc.

BENEFICIARIOS



Empresas medianas y grandes de los distintos subsectores en toda la cadena de valor.

3 PILOTOS → 30 EMPRESAS

i7.1

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: EMPRESAS

NUMERO DE EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN

- F1 ➤ Poner en marcha un programa de Cadena de Valor Global (CVG) por categoría de producto (actual y futura según PN) que permita conocer dentro de todo el proceso productivo qué actividades son las que están aportando mayor valor al producto, a través de un mapeo (identificación, localización y proyección de empresas de mayor dimensión) en tres fases:
- Realizar un mapeo de la situación actual por categoría de producto lo cual va a permitir identificar qué actividades de valor se están generando en el país, y que se realiza fuera. Y qué carencias tiene actualmente la industria colombiana para poder seguir con la estrategia de diversificación hacia productos de mayor valor (ej. textiles técnicos, funcionales e inteligentes) en mercados internacionales y emergentes. Identificar empresas tractoras en este mapeo.
 - Trazar la estrategia específica que permita conocer qué debe hacer la empresa para generar y apropiar el valor y posicionarse en estos nichos de mercado de oportunidad a través de encadenamientos y diversificación.
 - Desarrollar 3 pilotos de puesta en marcha de esta estrategia en tres empresas tractoras que halen otras empresas de la cadena.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	OTRAS ENTIDADES COOPERACIÓN	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2017	2017	PTP	CC - CLUSTERS ANDI	DIRECTO
2018	2018			
2019	2020			

L7.2

ACCIÓN: MEJORAR Y OPTIMIZAR EL PROCESO PRODUCTIVO EN EMPRESAS TEXTILES QUE PERMITA AUMENTAR PRODUCTIVIDAD Y MEJORAR LA CALIDAD A CORTO PLAZO

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Dentro del concepto de CVG, para generar y apropiar valor a corto plazo, se plantea una acción orientada a la definición, desarrollo e implantación en empresas de los distintos subsectores de la cadena textil para optimizar el proceso productivo que permitan incrementar la productividad y mejorar la calidad de los productos fabricados. Se plantea realizar de forma específica en el textil con objeto de reducir la brecha entre textil y confección. El sector confección es beneficiario indirecto de esta iniciativa..

BENEFICIARIOS



i7.2

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: NÚMERO EMPRESAS

NÚMERO DE EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN

- F1 ➤ Seleccionar 5 empresas del subsector hilatura, 5 de acabados y teñidos y 10 de tejeduría y poner en marcha un programa específico de aumento de la productividad y mejora de la calidad basado en la siguiente metodología:
- Identificar la línea base por empresa en cuanto a niveles de productividad y calidad (ficha técnica de productos). Definir los objetivos y especificaciones técnicas a alcanzar cimentado en mercados oportunidad definidos.
 - Diseñar las medidas correctivas y adaptaciones a nivel de producción.
 - Implantación y seguimiento.
- F2 ➤ En base a las experiencias de estas 20 empresas elaborar un manual de buenas prácticas y recomendaciones general para cada subsector, edición y divulgación.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	OTRAS ENTIDADES COOPERACIÓN	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2017	2019	PTP	CC - CLUSTERS ANDI	DIRECTO

L7.3

ACCIÓN: APOYO Y ASESORAMIENTO A EMPRESAS EN DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS DE ALTO VALOR AGREGADO A MEDIO PLAZO

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Dentro del concepto de CVG, para generar y apropiar valor a medio plazo, se plantea una acción orientada al desarrollo de nuevos productos de alto valor agregado que permita a las empresas acceder a nuevos nichos de mercado de alto valor agregado (textiles de uso técnico).

BENEFICIARIOS



i7.3

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: **NÚMERO EMPRESAS**

NÚMERO DE EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN

- F1** ➤ Definir y poner en marcha acciones específicas de apoyo y asesoramiento para un total de 50 empresas del sector textil y confección en 5 años (10 empresas/año) que estén interesadas en la diversificación de productos de alto valor agregado a través de tres hitos:
- Diseño de un plan de desarrollo de nuevos productos atendiendo a la factibilidad técnica, industrial y comercial (sin compra de nueva maquinaria).
 - Abastecimiento, adaptación del proceso productivo, desarrollo de prototipos, confección de un muestrario y acción comercial en mercados de oportunidad.
 - Escalabilidad y definición del modelo y plan de negocio.
- F2** ➤ Acciones Genéricas para el sector en la realización de un informe de diversificación y posicionamiento de productos textiles de alto valor agregado alineado con la estrategia a medio y largo plazo del PN, con un visión en tres escenarios:
- Productos actuales en nuevos mercados.
 - Productos nuevos en mercados existentes.
 - Nuevos productos de mayor valor en nuevos mercados.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	OTRAS ENTIDADES COOPERACIÓN	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2019	2024	PTP	CC - CLUSTERS ANDI INEXMODA	DIRECTO
2019	2019	PTP	CC - CLUSTERS ANDI	DIRECTO

L7.4

ACCIÓN: RECONVERSIÓN A TRAVÉS DE LA MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA Y ACCESO AL CRÉDITO

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Promover la modernización, eficiencia y adaptación tecnológica de los distintos subsectores con la finalidad de aumentar la productividad y competitividad de las empresas, posibilitando a su vez la diversificación hacia productos de más valor agregado, así como favorecer el acceso al crédito para que sea factible.

BENEFICIARIOS



i7.4

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: EMPRESAS

NUMERO DE EMPRESAS BENEFICIARIAS DE ACCIONES DE MODERNACIÓN TECNOLÓGICA

FASES DE EJECUCIÓN

- F1 ➤ Promover la modernización tecnológica en producción focalizada a la mejora de la calidad, eficiencia y productividad de las empresas y diversificación de productos, a través de dos tipos de acciones:
- Acciones Genéricas para el sector: Realización de misiones agrupadas cada 4 años a la ITMA y países con liderazgo tecnológico (Alemania) de la mano de PROCOLOMBIA.
 - Acciones Específicas: apoyo y asesoramiento para que cada empresa interesada pueda redactar un Proyecto de Modernización Tecnológica en su empresa, donde deberá recoger entre otros puntos: línea base (limitaciones técnicas), inversiones propuestas, presupuesto y plan financiero, descripción técnica y proyección futura.
- Se plantea un total de 100 empresas beneficiarias directas de este programa de reconversión en los próximos 10 años.
- F2 ➤ Promover el crédito a las empresas con bajo interés a través de la creación de líneas de apoyo directas destinadas a la adquisición y adaptación de la tecnología de producción: Implantación de los Proyectos de Modernización Tecnológica.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	OTRAS ENTIDADES COOPERACIÓN	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2018	2028	PTP	CC - CLUSTERS ANDI INEXMODA PROCOLOMBIA	DIRECTO
2018	2028	BANCOLDEX	PTP	DIRECTO

EJE DE ACTUACIÓN 3: FORTALECIMIENTO INDUSTRIAL

ACCIONES

L8 PROMOVER EL DESARROLLO DE PRODUCTOS BAJO ESTÁNDARES DE CALIDAD Y CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL EN BASE A LA DEMANDA

ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN
E IMPLANTACIÓN DE ESTÁNDARES DE
CALIDAD INTERNACIONALES BASADO EN LA
DEMANDA

- ☐ Llevar a cabo acciones dirigidas a generar competencias técnicas en el ámbito de estándares internacionales de calidad y certificación que permitan a las empresas posicionar sus productos en los requerimientos técnicos necesarios para alcanzar mercados de oportunidad (principalmente EEUU Y Europa).
- ☐ Beneficiar un total de 75 empresas en aumentar su formación en materia de certificación y normalización.
- ☐ Crear un comité específico de normalización y certificación textil como elemento dinamizador.

CREACIÓN DE INFRAESTRUCTURA PARA
EL CONTROL DE CALIDAD Y
CERTIFICACIÓN, DESARROLLO
TECNOLÓGICO E INNOVACIÓN

- ☐ Realizar un estudio de prefactibilidad para la creación de un laboratorio textil y centro de desarrollo de valor, que esté orientado en una primera fase a prestar servicios técnicos de ensayos y certificación de producto, y en una segunda fase, una vez adquirido el know-how y conocimiento, a prestar asesoramiento técnico en el desarrollo de productos de alto valor agregado. A medio largo plazo, este centro deberá acoger también acciones de I+D+I.

L8

CALIDAD Y
CERTIFICACIÓN

L8.1

ACCIÓN: SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN E IMPLANTACIÓN DE ESTÁNDARES DE CALIDAD INTERNACIONALES EN BASE A LA DEMANDA

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Identificados los mercados de EEUU y Europa como objetivos para el sector, se considera necesario fortalecer acciones encaminadas a conocer los requerimientos técnicos y certificar los productos textiles fundamentados en la demanda actual y futura, principalmente en lo que respecta a certificación bajo normas americanas (ASTM, AATCC y NFPA) y europeas (ISO EN).

BENEFICIARIOS



i8.1

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: EMPRESAS

NÚMERO DE EMPRESAS BENEFICIARIAS DE ESTA INICIATIVA

FASES DE EJECUCIÓN

- F1** ➤ Formación técnica en temas de calidad, normas técnicas y certificación, en el seno de las empresas, beneficiándose un total 75 empresas del textil y confección (15 empresas/año) que ya exporten o tengan en su estrategia exportar productos técnicos que requieren certificación y controles de calidad. Formación técnica que debe estar estructurado principalmente en tres módulos:
- Calidad en el abastecimiento de insumos y materias primas.
 - Calidad empresarial (procesos y procedimientos) bajo estándares internacionales.
 - Calidad de productos (requisitos técnicos) definidos en los mercados de oportunidad (estándares internacionales; normalización y certificación).
- F2** ➤ Definir y estructurar un “comité de normalización y certificación textil” para generar competencias técnicas dentro del propio comité a través de misiones específicas a laboratorios referencia europeos y americanos, y así poder dar a medio plazo respuesta y asesoramiento al sector que quieran exportar sus productos y requieran de certificación o informes de laboratorio acreditados.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	OTRAS ENTIDADES COOPERACIÓN	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2017	2021	SENA	ACADEMIA	DIRECTO
2017	2017	PTP	SENA ACADEMIA ANDI	DIRECTO

L8.2

ACCIÓN: CREACIÓN DE INFRAESTRUCTURA PARA EL CONTROL DE CALIDAD Y CERTIFICACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO E INNOVACIÓN

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Dada la falta de laboratorios especializados para el control de la calidad y la certificación de productos textiles en el País, se plantea esta acción con objeto de promover la infraestructura necesaria que dé soporte a las empresas así como la Certificación pertinente, con una orientación y proyección nacional a corto plazo, e internacional a medio y largo plazo.

BENEFICIARIOS



i8.2

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: INFORME

INFORME DE PREFACTIBILIDAD

FASES DE EJECUCIÓN

- F1 ➤ Realización de un estudio de prefactibilidad detallado que recoja la pertinencia y adecuación del laboratorio, el cual debe recoger los principales puntos:
- ✓ Diagnóstico de la situación actual del sector y potencial área de influencia del proyecto (directa e indirecta, aspectos socioeconómicos, prevención y gestión del riesgo, igualdad de género, punto de partida del sector,...).
 - ✓ Estudio de Mercado y los Servicios Técnicos (estudio de la oferta y de la demanda del centro, pertinencia de las áreas de trabajo y servicios a ofrecer, comercialización, precios,...)
 - ✓ Estudio Técnico (determinación del tamaño, localización y proceso de trabajo, funciones y servicios, especificaciones técnicas,...)
 - ✓ Estudio Financiero (determinación de las inversiones necesarias, uso de fondos y flujos financieros, evaluación financiera, sostenibilidad y proyección financiera,...)
 - ✓ Estudio económico y social y estudio y evaluación del impacto ambiental.
 - ✓ Propuesta de implementación operativa del proyecto.

PLAZOS DE EJECUCIÓN

INICIO

FIN

COORDINADOR

OTRAS ENTIDADES COOPERACIÓN

MECANISMO DE EJECUCIÓN

2017

2018

COLCIENCIAS

ACADEMIA

DIRECTO

EJE DE ACTUACIÓN 3: FORTALECIMIENTO INDUSTRIAL

ACCIONES

L9 FORTALECER LAS EMPRESAS A TRAVÉS DE ACCIONES DE INNOVACIÓN, TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO Y GENERACIÓN DE NUEVAS FUENTES DE MATERIAS PRIMAS ATENDIENDO A LA DEMANDA ACTUAL Y FUTURA.

ACCIONES DE FORTALECIMIENTO INDUSTRIAL EN MATERIA DE INNOVACIÓN A TRAVÉS DE ACCIONES Y HERRAMIENTAS DE VIGILANCIA TECNOLÓGICA Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO

- ☐ Realizar acciones específicas (congresos y talleres) de fortalecimiento para empresas con el fin de articular hasta 50 proyectos de innovación y transferencia de conocimiento orientados al sector productivo.
- ☐ Poner en marcha una herramienta tecnológica de vigilancia y detección de oportunidades tempranas para el sector clasificándola por líneas de interés estratégicas según el PN, donde se puedan beneficiar más de 300 empresas en 3 años.
- ☐ Promover la aparición de agentes dinamizadores de la innovación y transferencia de tecnología a través de la definición de un Centro de Desarrollo Tecnológico e Innovación.

ACCIONES DE DESARROLLO DE NUEVAS FUENTES DE MATERIAS PRIMAS EN BASE A LOS RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD DEL PAÍS ATENDIENDO A LA DEMANDA

- ☐ Identificar mediante estudios ya realizados de bioprospección y prefactibilidad, las potenciales fuentes de abastecimiento que se pueden originar en el país, partiendo de los recursos naturales y biodiversidad que presenta cada departamento en Colombia.
- ☐ Una vez definidas estas potencialidades, articular mediante proyectos tipo, un total de 5, el desarrollo e implantación de estas fuentes de abastecimiento de forma que queden integradas como un elemento más de valor dentro de la cadena.
- ☐ Coordinar con los agentes regionales y departamentales la articulación de recursos procedentes de los fondos de regalías de CTel.

L9

**INNOVACIÓN Y
TRANSFERENCIA DE
CONOCIMIENTO**

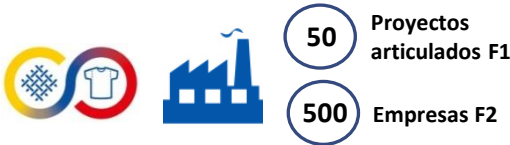
L9.1

ACCIÓN: FORTALECIMIENTO INDUSTRIAL EN MATERIA DE INNOVACIÓN A TRAVÉS DE ACCIONES Y HERRAMIENTAS DE VIGILANCIA TECNOLÓGICA Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

El desarrollo de productos de alto valor agregado a medio y largo plazo necesita de la componente de Innovación y Transferencia de Conocimiento, la cual debe formar parte de la cultura empresarial del sector y de los agentes de I+D+i. Por lo que se plantea la necesidad de disponer herramientas de identificación de oportunidades técnicas y tecnológicas y de un agente tractor y dinamizador dentro del país.

BENEFICIARIOS



i9.1

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: EMPRESAS

NUMERO DE EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN

- F1 ➤ Realizar acciones de transferencia de conocimiento en materia de Innovación a las empresas (congresos o talleres), donde participen agentes expertos y empresas a nivel internacional, que expongan casos de éxito y metodologías, con el objeto final de que se definan y articulen proyectos a través de convocatorias específicas para empresas. Realizar como mínimo un congreso o jornada anual durante 5 años (con una participación de más de 300 empresas). Y articular más de 50 proyectos con empresas de Innovación y Desarrollo Tecnológico.
- F2 ➤ Crear un Sistema de Vigilancia Tecnológica (plataforma web) que permita llevar un seguimiento actualizado del conocimiento técnico que se genera a nivel mundial, y que sirva para identificar oportunidades tecnológicas. Debe estar estructurado por subsectores de la cadena y sectores de aplicación, y generar un newsletter mensual de estas oportunidades. En una segunda fase, se pueden implementar herramientas de Gestión del Conocimiento e Inteligencia Competitiva. Llegar a la cifra objetivo de 500 empresas usuarias en el tercer año de funcionamiento.
- F3 ➤ Creación de una infraestructura de Desarrollo Tecnológico e Innovación como agente dinamizador y de asesoramiento en acciones específicas de I+D+i.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	OTRAS ENTIDADES COOPERACIÓN	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2018	2021	CC - CLUSTERS	INNPULSA INEXMODA	DIRECTO
2017	2019	PTP	SIC SENA	DIRECTO
2020	2025	COLCIENCIAS	ACADEMIA	DIRECTO

L9.2

ACCIÓN: DESARROLLO DE NUEVAS FUENTES DE MATERIAS PRIMAS EN BASE A LOS RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD DEL PAÍS ATENDIENDO A LA DEMANDA

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Colombia en un país rico en biodiversidad y recursos naturales que pueden ser aprovechados de forma sostenible como materias primas para las industrias manufactureras, de forma que se pretende articular proyectos tipo para generar estas materias primas procedentes de fuentes naturales como solución al problemas de abastecimiento y poder convertir a Colombia en país productor de materias primas textiles frente a las actuales importaciones.

BENEFICIARIOS


Hilados y acabados



5

Proyectos articulados F2

i9.2

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: PROYECTOS

NÚMERO DE PROYECTOS TIPO

FASES DE EJECUCIÓN

- F1 ➤ Analizar los estudios realizados por los agentes departamentales para identificar aquellos recursos naturales que tengan factibilidad para el empleo en la cadena de valor textil atendiendo a la demanda actual y futura. Principalmente en lo que respecta a los subsectores de hilatura y acabados que son los que a día de hoy se están importando en su totalidad (fibras y productos químicos). Ejemplos:
 - Fibras vegetales, como la fibra de fique en el departamento de Boyacá,
 - Residuos de procedencia de la palma para la realización de no tejidos en el departamento del Meta.
 - Colorantes naturales en los departamentos de la zona Amazónica.
- F2 ➤ Basados en los resultados de este análisis, desarrollar proyectos tipo de la mano de los departamentos atendiendo a su Plan de Desarrollo establecido y articular proyectos de Regalías del fondo CTeI contemplando varias fases de ejecución:
 - Fase1: Estudio de prefactibilidad inicial.
 - Fase 2: Estudio de factibilidad industrial y comercial (comercio justo).
 - Fase 3: Desarrollo e implantación de la cadena de suministro

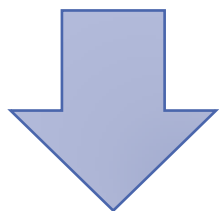
Se plantea un proyecto departamental cada dos años durante 10 años (5 proyectos)

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	OTRAS ENTIDADES COOPERACIÓN	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2017	2018	PTP	GOBERNACION DEPARTAMENTAL ANDI	DIRECTO
2017	2026	PTP	COLCIENCIAS (REGALÍAS)	PROGRAMA FONDOS REGALÍAS DE CTeI

EJE DE ACTUACIÓN 3: FORTALECIMIENTO INDUSTRIAL

ACCIONES

L10 CONSOLIDAR EL MERCADO NACIONAL E IMPULSAR LA INTERNACIONALIZACIÓN MEDIANTE ACCIONES DE CONOCIMIENTO Y COOPERACIÓN DE LOS MERCADOS DE OPORTUNIDAD Y POSICIONAMIENTO Y POTENCIACIÓN DE MARCAS



L10 DISTRIBUCIÓN, MARCAS E INTERNACIONALIZACIÓN

ACCIONES DE GENERAR Y PROMOVER CONOCIMIENTOS EN LAS EMPRESAS SOBRE CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN MERCADOS OBJETIVOS NACIONAL E INTERNACIONAL

- ☐ Consolidar el mercado nacional a través de estrategias de conocimiento del comportamiento del consumidor como herramienta de diferenciación frente a la competencia internacional.
- ☐ En un segundo paso, aprovechar esta herramienta para focalizarse a mercados objetivos internacionales de forma que se pueda personalizar y adecuar la oferta a las necesidades reales del consumidor objetivo.

ACCIONES DE MEJORA DE COMPETENCIAS Y GENERACIÓN Y PROMOCIÓN DE MARCAS MEDIANTE ACCIONES DE COOPERACIÓN ENTRE EMPRESAS TRACTORAS Y PYMES

- ☐ Aumentar las acciones de posicionamiento de empresas a nivel internacional a través de acciones de sensibilización, promoción y cooperación.
- ☐ Identificar y monitorear los mercados oportunidad para el sector textil y confección mediante herramientas avanzadas que permita la internacionalización de las empresas e incrementar las tasas de exportación.

ACCIONES DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS A TRAVÉS DE LA PROMOCIÓN Y DETECCIÓN TEMPRANA DE MERCADOS DE OPORTUNIDAD

- ☐ Generar competencias técnicas en el sector confección en la generación y promoción de marcas en el medio plazo en mercados globalizados internacionales.
- ☐ Apoyar a 50 empresas del sector confección, a través de acciones de cooperación entre las micro y pequeñas empresas con empresas grandes y medianas, de forma que les permita ganar dimensión y formar parte de estrategias de posicionamiento de productos y marcas a nivel internacional.

L10.1

ACCIÓN: GENERAR Y PROMOVER CONOCIMIENTOS EN LAS EMPRESAS SOBRE CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN MERCADOS OBJETIVOS NACIONAL E INTERNACIONAL

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Con el objeto a corto plazo de consolidar el mercado nacional, se considera esencia desarrollar una herramienta que permita conocer y monitorear el comportamiento y hábitos del consumidor, así como los canales de distribución que está utilizando. A medio y largo plazo, sería conveniente que esta herramienta se extendiese a países objetivos.

BENEFICIARIOS



100 Empresas F1
50 Empresas F2

i10.1

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: EMPRESAS

NÚMERO DE EMPRESAS QUE SE BENEFICIAN DE ESTA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN

- F1 ➤ Definir y desarrollar una herramienta de análisis cualitativo y cuantitativo del comportamiento del consumidor colombiano en variables de investigación como:
- Tipo de producto que está comprando.
 - Aspectos más importantes en la decisión de compra.
 - Canales que utiliza.
 - Hábitos preferenciales.
 - Etc.
- Diferenciando entre los distintos perfiles del comprador (edad, sexo, localización geográfica, ...) y viendo la evolución (periodicidad semestral o anual). Se plantea un objetivo de un total de 100 empresas usuarias de este servicio durante los primeros 5 años.
- F2 ➤ En una segunda fase, extender este estudio del consumidor a mercados objetivos (ej. USA), de forma que sea una herramienta útil para la empresa para focalizar y posicionar sus productos en mercados internacionales, y desarrollar productos de más valor agregado a medida de las necesidades puntuales de targets específicos de consumidor. Se plantea un objetivo de 50 empresas en los primeros 5 años.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	ENTIDADES PARTICIPANTES	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2018	2022	INEXMODA	PTP	DIRECTO
2020	2024	INEXMODA	PROCOLOMBIA	DIRECTO

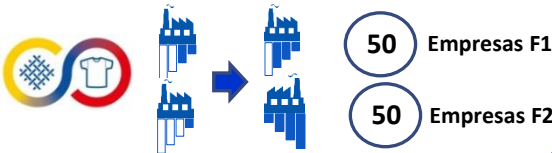
L10.2

ACCIÓN: MEJORA DE COMPETENCIAS Y GENERACIÓN Y PROMOCIÓN DE MARCAS MEDIANTE ACCIONES DE COOPERACIÓN ENTRE EMPRESAS TRACTORAS Y PYMES

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Esta acción va orientada a promover la estrategia de marca como elemento de generación de valor agregado a partir de mejorar las habilidades y capacidades, el apoyo a la creación y generación de marcas, y el aumento de la dimensión del sector a través de acciones de cooperación empresarial.

BENEFICIARIOS



i10.2

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: EMPRESAS

NÚMERO DE EMPRESAS QUE SE BENEFICIAN DE ESTA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN

F1 ➤ Generar competencias técnicas a través de la formación específica en 50 empresas de Confección (en 2 años) sobre “Branding y Habilidades de Negociación”, dando especial importancia a la generación y posicionamiento de marcas como motor de diferenciación y estrategia de internacionalización.

F2 ➤ Articular y estructurar proyectos de cooperación dentro del programa establecido por Procolombia denominado “PLAN MENTOR” entre una empresa mentora líder de la distribución y comercialización con micro y pequeñas empresas proveedoras, favoreciendo el encadenamiento entre ellas. Se establecen tres objetivos conjuntos:

- Preparar estas empresas proveedoras para la exportación.
- Aumentar su productividad.
- Adecuar la calidad de sus productos a los requerimientos del mentor y mercados objetivos.

Estructurar proyectos (2 mentores/año durante 3 años) con empresas grandes y medianas del sector confección y que involucren a otras empresas de tamaño pequeño o micro, y que en total participen en acciones de cooperación al menos 50 empresas.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	ENTIDADES PARTICIPANTES	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2017	2020	INEXMODA	ACADEMIA (DISEÑO Y MODA)	DIRECTO
2017	2019	PROCOLOMBIA	CC - CLUSTERS PTP ANDI	PROGRAMA PLAN MENTOR

L10.3

ACCIÓN: INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS A TRAVÉS DE LA PROMOCIÓN Y DETECCIÓN TEMPRANA DE MERCADOS DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Con el fin de aumentar las exportaciones del sector, se proponen varias fases de ejecución para impulsar el sector colombiano textil y confección a nivel internacional, a través de acciones de promoción específica, aprovechamiento y vinculación de mayor número de empresas de las acciones que PROCOLOMBIA está llevando a cabo en este sentido.

BENEFICIARIOS



i10.3

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

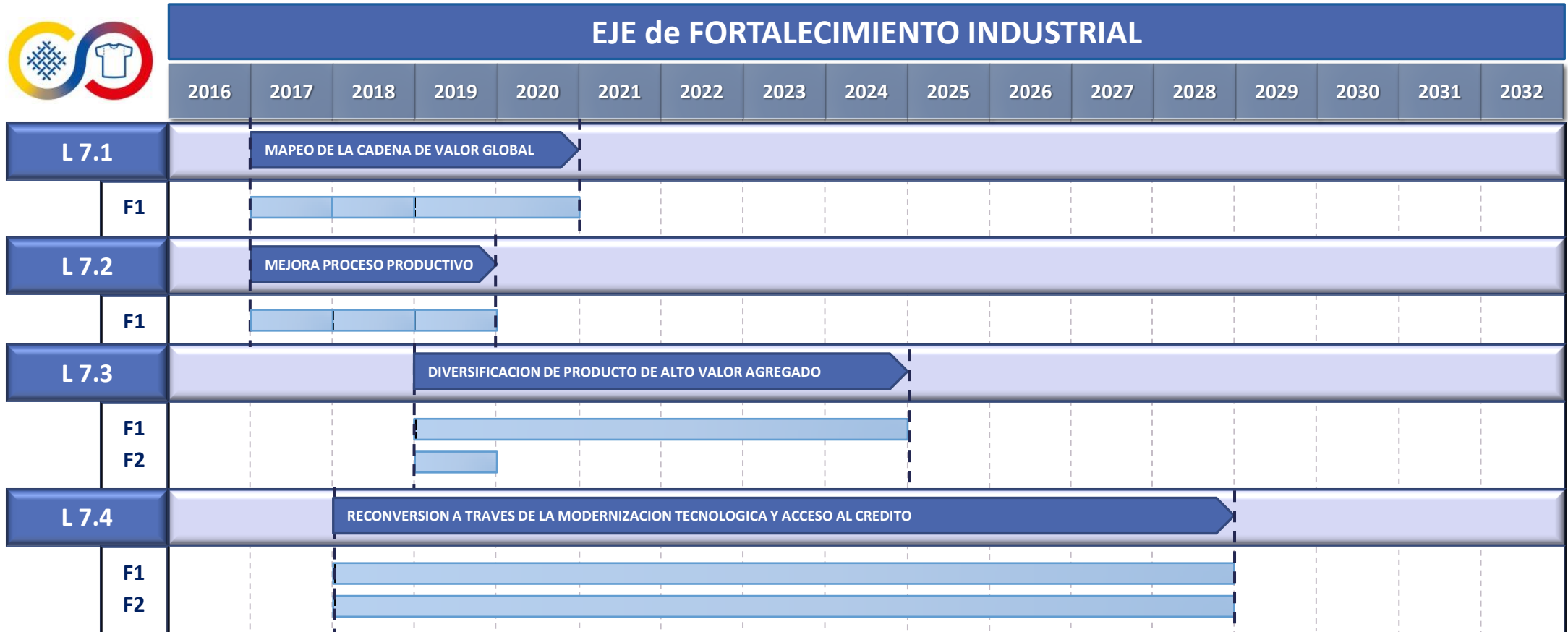
Unidad de medida: **EMPRESAS**

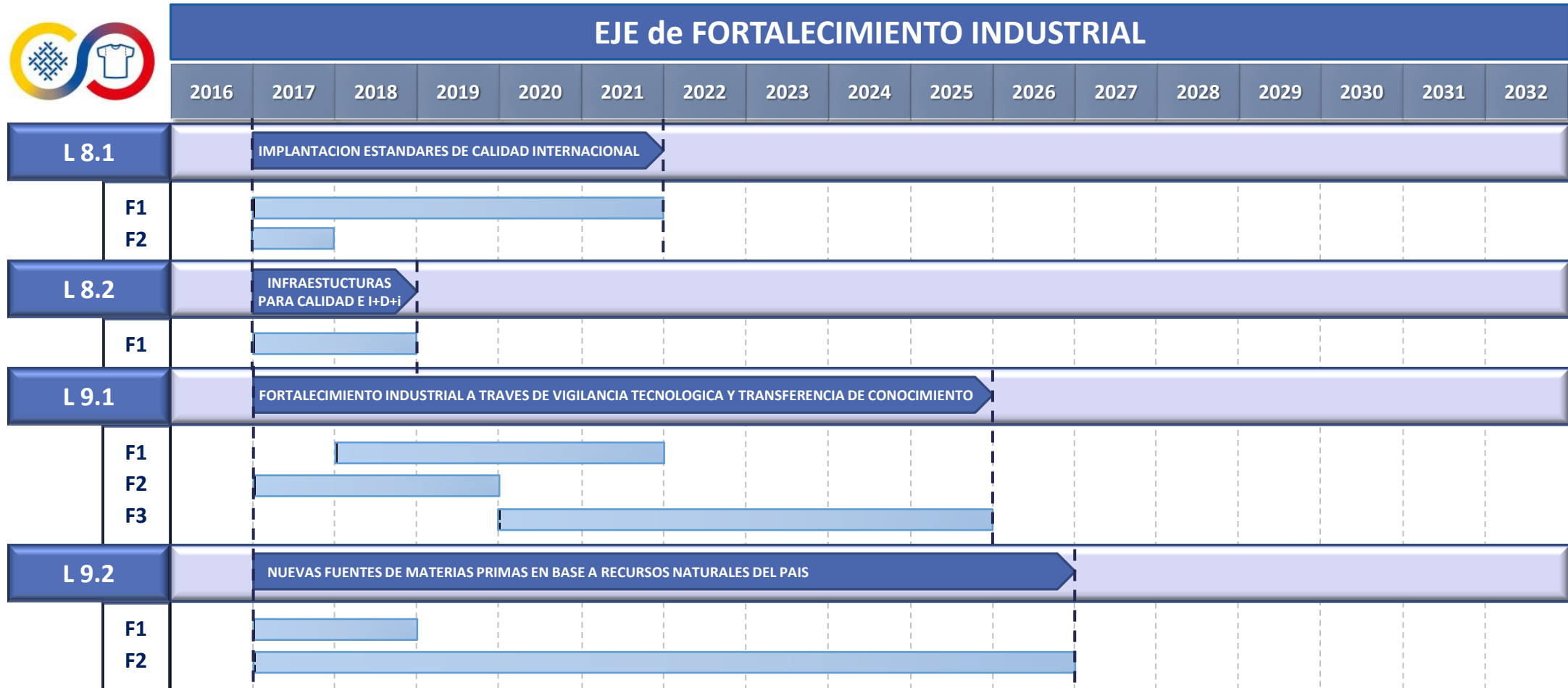
SEGUIMIENTO ANUAL DE EMPRESAS BENEFICIARIAS DE ESTA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN

- F1** ➤ Sensibilización: aumentar esfuerzos en las acciones de promoción y aprovechamiento de los talleres de sensibilización en materia de internacionalización en base a la planificación y agenda anual que presenta Procolombia de forma que se consiga una mayor vinculación de empresas del sector a estas acciones. Llevar un seguimiento anual del número de empresas beneficiarias de estos talleres de sensibilización.
- F2** ➤ Promoción: aumentar esfuerzos en las acciones de promoción exterior que realiza Procolombia anualmente (misiones, ferias, macroruedas, etc.) de forma que el sector pueda aprovechar más y mejor, y vincular a más empresas de forma coordinada. Llevar un seguimiento anual del número de empresas beneficiarias de estas acciones de promoción exterior.
- F3** ➤ Aumentar el uso por parte de las empresas del sector de las herramientas que dispone Procolombia en materia de detección de oportunidades de mercado, monitoreo y evolución de los mismos. Llevar un seguimiento anual del número de empresas que están haciendo uso de estas herramientas en el sector.

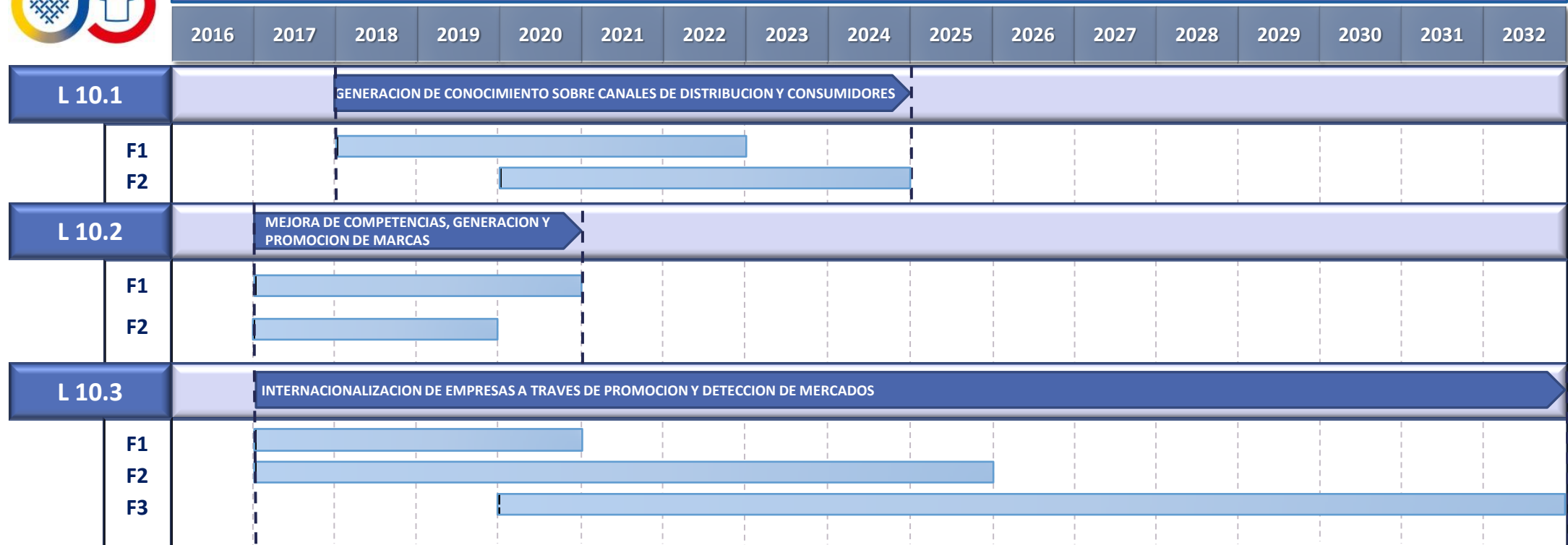
PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	ENTIDADES PARTICIPANTES	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2017	2020	PROCOLOMBIA	CC - CLUSTERS ANDI INEXMODA PTP	DIRECTO
2017	2025	PROCOLOMBIA	CC - CLUSTERS ANDI INEXMODA PTP	DIRECTO
2020	2032	PROCOLOMBIA	CC - CLUSTERS ANDI INEXMODA PTP	DIRECTO







EJE de FORTALECIMIENTO INDUSTRIAL



EJE DE ACTUACIÓN 4:



INFRAESTRUCTURA Y SOSTENIBILIDAD

EJE DE ACTUACIÓN 4: INFRAESTRUCTURA Y SOSTENIBILIDAD

LINEAS DE ACTUACIÓN



LINEA DE ACTUACIÓN 11

PROMOVER E IMPLANTAR EL USO DE LAS TIC EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE TODA LA CADENA DE VALOR PARA AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD Y FAVORECER LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

LINEA DE ACTUACIÓN 12

FORTALECER LA SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS A TRAVÉS DE LA RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL Y SOCIAL JUNTO CON LA GESTIÓN Y EFICIENCIA DE LOS RECURSOS

EJE DE ACTUACIÓN 4: INFRAESTRUCTURA Y SOSTENIBILIDAD

ACCIONES

L11 PROMOVER E IMPLANTAR EL USO DE LAS TIC EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE TODA LA CADENA DE VALOR PARA AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD Y FAVORECER LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

ACCIONES PARA PROMOVER E IMPLANTAR EL USO DE LAS TIC EN EL SECTOR TEXTIL EN GESTIÓN DE COMPRAS, PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN PARA AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD

❑ Incrementar significativamente la **PRODUCTIVIDAD** en las empresas textiles a través del uso de las TIC mediante la puesta en marcha de tres acciones coordinadas:

A) Generar las competencias técnicas mediante acciones de formación a 30 empresas textiles con objeto de transformar la gestión a través de la incorporación efectiva de TI (gestión de la producción, almacén, compras y distribución)

B) Apoyar a 50 empresas en la fase de identificación e implantación de soluciones TIC que permitan mejorar la productividad por encima del 15%.

C) Generar conocimiento, recomendaciones prácticas y casos de éxito para poder difundirlo al sector e impactar así en un mayor número de empresas.

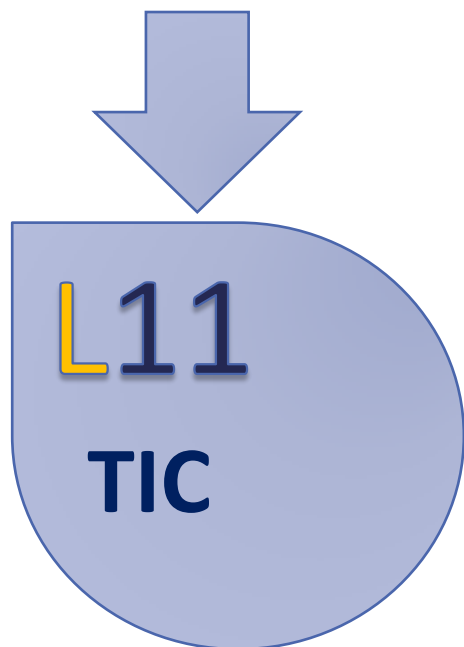
ACCIONES PARA PROMOVER E IMPLANTAR EL USO DE LAS TIC EN EL SECTOR CONFECCIÓN EN GESTIÓN DEL DISEÑO, DISTRIBUCIÓN, MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN ON-LINE PARA EMPRESAS EN FASE DE INTERNACIONALIZACIÓN

❑ Promover la **INTERNACIONALIZACIÓN** en las empresas de confección a través del uso de las TIC mediante la puesta en marcha de tres acciones coordinadas:

A) Generar las competencias técnicas mediante acciones de formación a 30 empresas de confección en materia de diseño, distribución, marketing y comercio electrónico.

B) Apoyar a 50 empresas en la fase de identificación e implantación de soluciones TIC que les permitan vender más o mejor en mercados internacionales.

C) Generar conocimiento, recomendaciones prácticas y casos de éxito para poder difundirlo al sector e impactar así en un mayor número de empresas.



L11.1

ACCIÓN: PROMOVER E IMPLANTAR EL USO DE LAS TIC EN EL SECTOR TEXTIL EN GESTIÓN DE COMPRAS, PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN PARA AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

El uso de las TIC en las empresas está considerado como una línea de actuación clave para mejorar la competitividad y fortalecer las empresas a todos los niveles y en todos los eslabones de la cadena. Es por ello que se establecen un serie de acciones encaminadas a mejorar la productividad mediante del uso de las nuevas tecnologías en la gestión de la producción y gestión empresarial.

BENEFICIARIOS



30 Empresas F1

50 Empresas F2

i11.1

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: EMPRESAS

NÚMERO DE EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN

- F1 ➤ Definición y desarrollo de un programa formativo específico para 30 empresas textiles en materia del uso de las nuevas tecnologías en la gestión de procesos de fabricación para aumentar la productividad y competitividad; gestión de compras, gestión de la producción y almacén, a través de casos de éxito empresariales.
- F2 ➤ Llevar a cabo acciones de asesoramiento e implementación de soluciones TIC en empresas a través de la definición y articulación de proyectos tipo en un total de 50 empresas durante 10 años (10 empresas/año en años alternados con la acción 11.2) ligado al establecimiento de procesos competitivos al interior de las empresas. Soluciones TIC orientadas a la gestión de la producción, compras, almacén y distribución. Conseguir mejoras de productividad por encima 15%.
- F3 ➤ Realizar un informe sectorial de buenas prácticas para difundir al sector donde ser recojan recomendaciones prácticas y casos de éxito en la gestión de compras, producción, almacén y distribución, y cómo el uso de las TIC es un elemento diferenciador y competitivo del sector, orientado principalmente a aumentar la productividad de la empresa.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	ENTIDADES PARTICIPANTES	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2018	2018	SENA	CC CLUSTERS INEXMODA ANDI	DIRECTO
2019	2028	PTP	CC - CLUSTERS INEXMODA ANDI	DIRECTO
2020	2020	PTP	CC - CLUSTERS ANDI	DIRECTO

L11.2

ACCIÓN: PROMOVER E IMPLANTAR EL USO DE LAS TIC EN EL SECTOR CONFECCIÓN EN GESTIÓN DEL DISEÑO, DISTRIBUCIÓN, MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN ON-LINE PARA EMPRESAS EN FASE DE INTERNACIONALIZACIÓN

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

El uso de las TIC en las empresas está considerado como una línea de actuación clave para mejorar la competitividad y fortalecer las empresas que quieran realizar acciones de internacionalización. Es por ello que se establecen un serie de acciones encaminadas a mejorar las herramientas de diseño y gestión de la distribución y comercialización mediante del uso de las nuevas tecnologías.

BENEFICIARIOS



30

Empresas F1

50

Empresas F2

i11.2

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: EMPRESAS

NÚMERO DE EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN

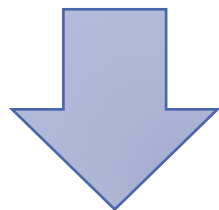
- F1** ➤ Definición y desarrollo de un programa formativo específico para 30 empresas confección en materia del uso de las nuevas tecnologías en la gestión del diseño, distribución, marketing y comercio electrónico para aumentar la competitividad a través de casos de éxito empresariales.
- F2** ➤ Llevar a cabo acciones de asesoramiento e implementación de soluciones TIC en empresas en fase de internacionalización a través de la definición y articulación de proyectos tipo en un total de 50 empresas durante 10 años (10 empresas/año en años alternados con la acción 11.1) donde se consiga mejorar la competitividad y promover la internacionalización. Soluciones TIC orientadas a la gestión del diseño, distribución, marketing y comercio electrónico.
- F3** ➤ Realizar un informe sectorial de buenas prácticas para difundir al sector donde ser recojan recomendaciones prácticas y casos de éxito en la gestión del diseño, distribución, y venta on-line, y cómo el uso de las TIC es un elemento diferenciador y competitivo del sector, orientado principalmente a aumentar la internacionalización de la empresa.

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	ENTIDADES PARTICIPANTES	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2019	2019	SENA	CC - CLUSTERS ANDI	DIRECTO
2020	2029	PTP	CC - CLUSTERS ANDI	DIRECTO
2020	2020	PTP	CC - CLUSTERS ANDI	DIRECTO

EJE DE ACTUACIÓN 4: INFRAESTRUCTURA Y SOSTENIBILIDAD

ACCIONES

L12 FORTALECER LA SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS A TRAVÉS DE LA RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL Y SOCIAL JUNTO CON LA GESTIÓN Y EFICIENCIA DE LOS RECURSOS



L12

SOSTENIBILIDAD
SOCIAL Y MEDIO
AMBIENTAL

ACCIONES PARA GENERAR COMPETENCIAS TÉCNICAS, REALIZAR AUDITORIAS ENERGÉTICAS E IMPLANTAR MEDIDAS CORRECTIVAS EN LAS EMPRESAS PARA REDUCIR COSTES ENERGÉTICOS

- ☐ Generar las competencias técnicas necesarias a través de formación específica en 30 empresas.
- ☐ Gestionar de forma eficiente el consumo energético mediante auditorías energéticas e implantación de medidas de eficiencia energética, para reducir costes energéticos y mejorar la competitividad empresarial. Implantar estas medidas en 70 empresas del sector textil con reducción del consumo energético por encima del 25%.

ACCIONES PARA GENERAR COMPETENCIAS TÉCNICAS Y APOYAR A LAS EMPRESAS DE ACABADOS EN LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HÍDRICOS PARA ADAPTARSE A LAS EXIGENCIAS LEGALES VIGENTES Y FUTURAS

- ☐ Minimizar y optimizar el consumo de agua en los procesos industriales, principalmente los procesos de acabados, mediante la generación de competencias y definición de planes de acción concretos a impactar sobre 15 empresas e implementación de soluciones concretas.
- ☐ Controlar la calidad de las aguas residuales textiles mediante la aplicación de procesos de depuración con el objetivo de su reutilización y reciclaje.

ACCIONES PARA GENERAR COMPETENCIAS TÉCNICAS E IMPLANTAR ACCIONES ORIENTADAS A LA GESTIÓN Y REVALORIZACIÓN DE RESIDUOS, LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y EL DESARROLLO DE TEXTILES NO TÓXICOS BASADOS EN LA DEMANDA ACTUAL Y FUTURA DE MERCADOS INTERNACIONALES

- ☐ Generar competencias técnicas en materia de gestión de residuos, responsabilidad social, así como en productos que no presenten sustancias nocivas para el organismo en base a los estándares internacionales.
- ☐ Desarrollar e implantar proyectos en 100 empresas de forma que sean más respetuosos con el Medio Ambiente y estén más preparados para exportar sus productos a mercados de oportunidad.

L12.1

ACCIÓN: GENERAR COMPETENCIAS TÉCNICAS, REALIZAR AUDITORIAS ENERGÉTICAS E IMPLANTAR MEDIDAS CORRECTIVAS EN LAS EMPRESAS PARA REDUCIR COSTES ENERGÉTICOS

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

El elevado consumo energético asociado al sector manufacturero textil, principalmente el subsector de teñido y acabados, obliga a establecer metodologías e implantar medidas encaminadas a la eficiencia energética que permita reducir costes y aumentar así la competitividad de estos subsectores.



BENEFICIARIOS

30 Empresas F1

70 Empresas F2

i12.1

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: EMPRESAS

NÚMERO DE EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN

- F1 ➤ Aumentar las capacidades técnicas en materia de EFICIENCIA ENERGÉTICA a través de la definición y desarrollo de un programa formativo específico para 30 empresas con aspectos metodológicos, buenas prácticas, recomendaciones, casos de éxito, auditorias y certificaciones, y realización de casos prácticos en las empresas con el objeto de reducir así el consumo energético en las empresas.
- F2 ➤ Llevar a cabo acciones de asesoramiento e implementación de auditorias energéticas y certificación en empresas del sector textil a través de la definición y articulación de proyectos tipo en un total de 70 empresas durante 7 años donde se consiga reducciones del consumo energético superiores al 25%.
- F3 ➤ Realizar un informe sectorial de buenas prácticas y diagnóstico en concreto para el subsector de teñidos y acabados que contengan recomendaciones y mejoras a implantar por las empresas en cuanto a las variables de proceso energético:
- Cuantificación de consumos por secciones
 - Revisión de tecnología y equipamiento
 - Identificación de puntos débiles (consumos elevados, pérdidas de calor,...)
 - Prefactibilidad de incorporación de tecnologías limpias de bajo consumo energético

PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	ENTIDADES PARTICIPANTES	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2018	2020	SENA	PTP	DIRECTO
2018	2024	PTP	CC - CLUSTERS ANDI	DIRECTO
2019	2019	PTP	CC - CLUSTERS ANDI	DIRECTO

L12.2

ACCIÓN: GENERAR COMPETENCIAS TÉCNICAS Y APOYAR A LAS EMPRESAS DE ACABADOS EN LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HÍDRICOS PARA ADAPTARSE A LAS EXIGENCIAS LEGALES VIGENTES Y FUTURAS.

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Una de las principales preocupaciones en materia medioambiental por parte de las empresas del subsector de acabados es el uso de los recursos hídricos (son los que disponen de un mayor consumo de agua), y además, la legislación medioambiental es cada vez más restrictiva en los vertidos industriales. Por lo que es necesario plantear una serie de acciones para minimizar y optimizar el uso de agua y el control de la calidad de las aguas residuales.



BENEFICIARIOS



15 Empresas F2

15 Empresas F3

i12.2

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: EMPRESAS

NÚMERO DE EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN

- F1** ➤ Generar las capacidades técnicas en materia de GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE AGUAS INDUSTRIALES a través de la definición y desarrollo de un programa formativo específico para 15 empresas del subsector acabados con aspectos metodológicos, buenas prácticas y recomendaciones, y legislación vigente y futura.
- F2** ➤ Para estas mismas 15 empresas, llevar a cabo un diagnóstico de la situación actual en la empresa y propuestas de mejora en; cuantificación de consumos hídricos, revisión de tecnología y equipamiento, identificación de puntos débiles y adecuación a la legislación vigente y futura.
- F3** ➤ Dar soporte y asesoramiento en la realización de proyectos tipo en 15 empresas de este subsector en la implementación de soluciones enfocadas a la optimización y disminución del consumo de agua mediante la reutilización y reciclaje de la misma en dos fases:
- Fase 1: Depuración de las aguas residuales textiles para vertido según legislación
 - Fase 2: Depuración de las aguas residuales textiles para reciclaje y reutilización de las mismas


PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	ENTIDADES PARTICIPANTES	MECANISMO DE EJECUCIÓN
INICIO	FIN			
2019	2020	CORPORACIONES AUTONÓMICAS REGIONALES	CC - CLUSTERS ANDI	DIRECTO
2020	2032	PTP	MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE	DIRECTO


L12.3

ACCIÓN: GENERAR COMPETENCIAS TÉCNICAS E IMPLANTAR ACCIONES ORIENTADAS A LA GESTIÓN Y REVALORIZACIÓN DE RESIDUOS , LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y EL DESARROLLO DE TEXTILES NO TÓXICOS BASADOS EN LA DEMANDA ACTUAL Y FUTURA DE MERCADOS INTERNACIONALES

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Con el fin de reducir la cantidad de residuos generados por la industria textil, se han planteado una serie de fases que están orientadas a la prevención en primer lugar, y al reciclado y valorización de residuos en segundo lugar. Además de la utilización de productos químicos que no sean tóxicos para el ser humano. Acciones que están planteadas a medio y largo plazo, y que vienen acompañadas también por una cada vez mayor concientización por parte del consumidor como factor decisivo en la compra.

**BENEFICIARIOS**




50

Empresas F1

100

Empresas F3



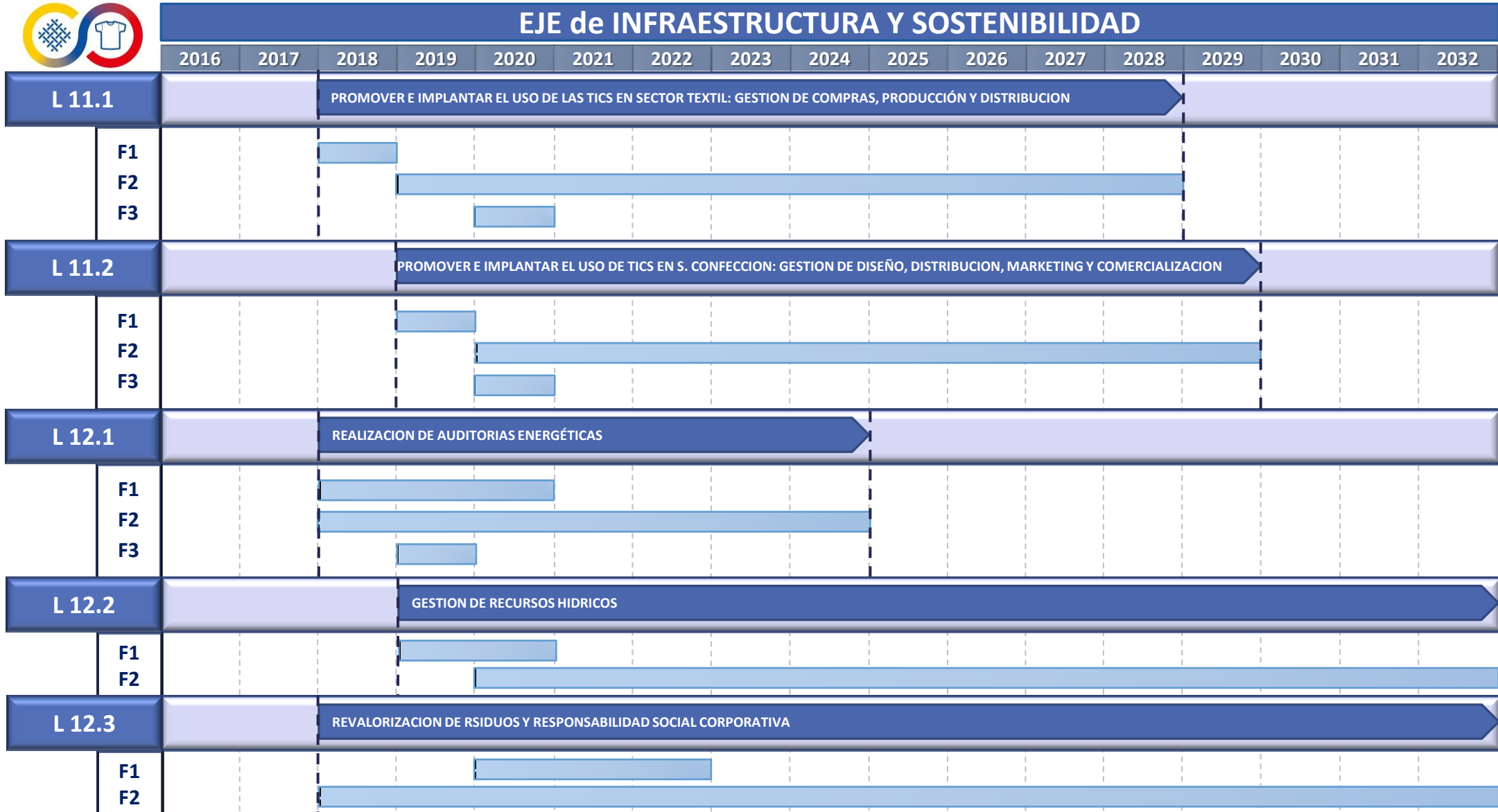
i12.3

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Unidad de medida: **EMPRESAS**

NÚMERO DE EMPRESAS BENEFICIARIAS DE LA ACCIÓN

FASES DE EJECUCIÓN		PLAZOS DE EJECUCIÓN		COORDINADOR	ENTIDADES PARTICIPANTES	MECANISMO DE EJECUCIÓN
		INICIO	FIN			
F1	➤ Aumentar las capacidades técnicas en materia de GESTIÓN DE RESIDUOS, RECICLABILIDAD, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SALUD TEXTIL a través de la definición y desarrollo de un programa formativo específico para 50 empresas en 2 años con aspectos metodológicos, buenas prácticas, recomendación, casos de éxito, y realización de casos prácticos en las empresas con el objeto de sensibilizar la responsabilidad medioambiental en las empresas derivado de la mayor exigencia por parte del consumidor a medio y largo plazo y adecuación a la demanda actual en mercados internacionales (EEUU y Europa).	2020	2022	SENA	CC - CLUSTERS ANDI	DIRECTO
F2	➤ Llevar a cabo acciones de asesoramiento e implementación de procedimientos para la gestión y revalorización de residuos por un lado, la Responsabilidad Social Corporativa, por otro, y la utilización de productos químicos que no sean perjudiciales para el ser humano en base a las certificaciones internacionales (oeko-tex, cradle to cradle, ecolabel,...).	2018	2032	PTP	OTROS MINISTERIOS	DIRECTO
F3	➤ Definición y articulación de proyectos tipo en un total de 100 empresas durante 10 años donde se consiga poner en marcha iniciativas de mayor sostenibilidad medioambiental y RSC basados en certificación internacional.					



CONTENIDOS

- A. ASPECTOS METODOLÓGICOS
- B. INPUTS DEL SECTOR
- C. DEFINICIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS
- D. ENFOQUE SECTOR – MERCADOS OPORTUNIDAD
- E. HOJA DE RUTA
- F. INDICADORES DE SEGUIMIENTO



CRECEMOS JUNTOS



1

Indicadores de seguimiento de las acciones

Seguimiento del grado de cumplimiento de las acciones

2

Indicadores de seguimiento de los objetivos estratégicos

Definición de objetivos y seguimiento del grado de cumplimiento

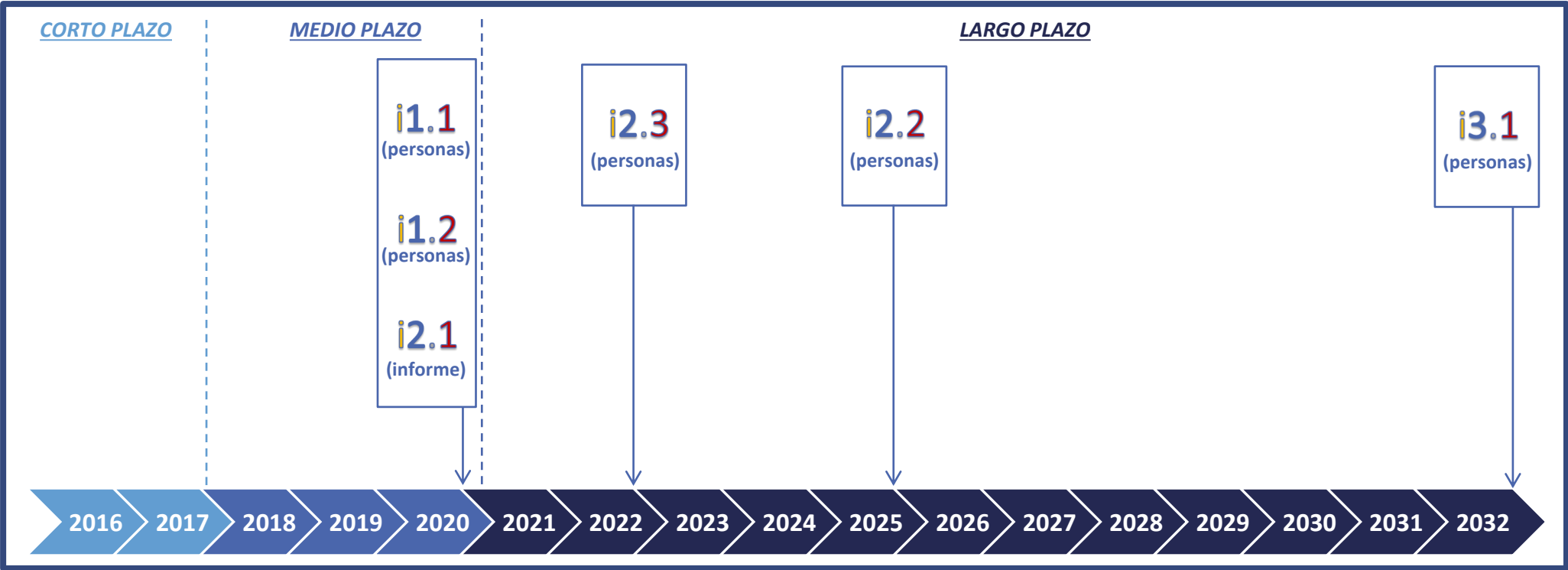
3

Indicadores de seguimiento de los escenarios prospectivos

Seguimiento del grado de cumplimiento de los escenarios y redefinición de la estrategia

1

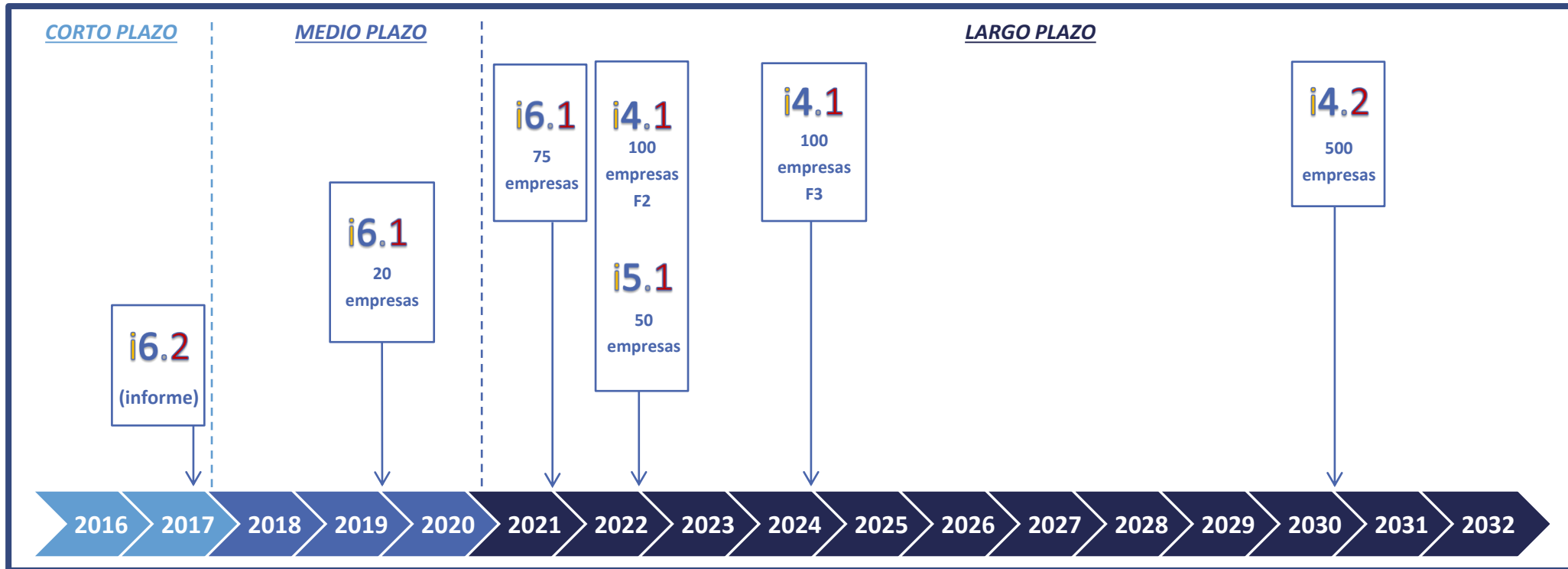
INDICADORES DE SEGUIMIENTO DE LAS ACCIONES. EJE DE TALENTO HUMANO



Los indicadores de seguimiento del Eje de TALENTO HUMANO miden el número de personas beneficiadas de cada acción formativas o de capacitación (Líneas de Actuación 1, 2 y 3) según los periodos establecidos en el presente cronograma.

1

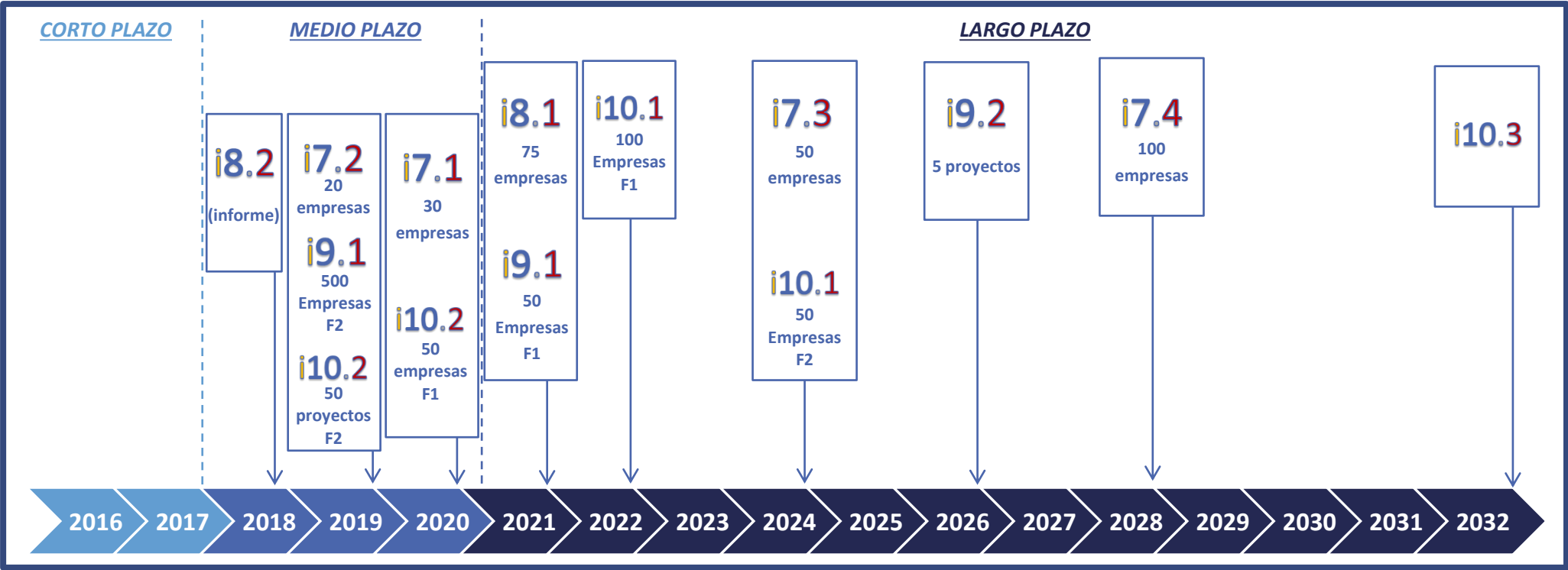
INDICADORES DE SEGUIMIENTO DE LAS ACCIONES. EJE DE MARCO NORMATIVO



Los indicadores de seguimiento del Eje de MARCO NORMATIVO miden las empresas beneficiadas de cada acción establecida, impactando finalmente sobre un total de 845 empresas.

1

INDICADORES DE SEGUIMIENTO DE LAS ACCIONES. EJE DE FORTALECIMIENTO INDUSTRIAL



Los indicadores de seguimiento del Eje de FORTALECIMIENTO INDUSTRIAL miden las empresas beneficiadas de cada acción establecida, impactando finalmente sobre un total de 1.025 empresas. De éstas, a medio plazo se impactará sobre 600 y a largo plazo sobre 425.

1

INDICADORES DE SEGUIMIENTO DE LAS ACCIONES. EJE DE INFRAESTRUCTURAS Y SOSTENIBILIDAD



Los indicadores de seguimiento del Eje de INFRAESTRUCTURAS Y SOSTENIBILIDAD miden las empresas beneficiadas de cada acción establecida, impactando finalmente sobre un total de 440 empresas. De éstas, a medio plazo se impactará sobre 105 y a largo plazo sobre 335.

2

INDICADORES DE SEGUIMIENTO DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

OBJETIVOS CUALITATIVOS

DESARROLLAR Y PROMOVER UNA ECONOMÍA PRODUCTIVA COMPETITIVA E INTEGRADORA EN EL PAÍS

INCREMENTAR EL PIB DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIÓN SOBRE EL SECTOR MANUFACTURERO.

POTENCIAR EL CAPITAL HUMANO DENTRO DE LAS EMPRESAS PARA GENERAR EMPLEO

DESARROLLAR EL CAPITAL HUMANO POTENCIANDO NO TANTO EL NÚMERO SINO LA CALIDAD DEL EMPLEO.

CERRAR LA BRECHA ENTRE LOS SECTORES TEXTIL Y CONFECCIÓN

AUMENTAR LAS VENTAS DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIÓN, SIENDO ESTE INCREMENTO MAYOR EN EL SECTOR TEXTIL CON EL FIN DE REDUCIR LA BRECHA ENTRE AMBOS SECTORES.

DESARROLLAR INDUSTRIAS BASADAS EN PRODUCTOS DE VALOR AGREGADO

INTENSIFICAR EL CRECIMIENTO DEL VALOR AGREGADO EN LA INDUSTRIA DEL SECTOR A TRAVÉS DE LA EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA HOJA DE RUTA.

INCREMENTAR EL GRADO DE INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

FORTALECER LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN Y CALIDAD, Y CAMBIAR LA TENDENCIA EXPORTADORA PASANDO DE UN 70/30 (NACIONAL/INTERNACIONAL) A UN 60/40 EN EL MEDIO PLAZO, Y UN 40/60 EN EL LARGO PLAZO.

AUMENTAR LA DIMENSIÓN DE LAS EMPRESAS

IMPULSAR LAS ACCIONES DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL Y ALIANZAS CON OBJETO DE QUE LAS EMPRESAS GANEN DIMENSIÓN

MEJORAR LA COMPETITIVIDAD LOCAL Y GLOBAL A TRAVÉS DE LA EFICIENCIA

MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL A TRAVÉS DEL USO DE LAS TIC, LA CALIDAD DEL EMPLEO Y LA MODERNIZACIÓN Y RECONVERSIÓN DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS.

2

INDICADORES DE SEGUIMIENTO DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

OBJETIVOS CUANTITATIVOS

	INDICADORES	SITUACIÓN ACTUAL		MP (2020)		LP (2032)	
		TACC 2009-2014	VALOR 2014	TACC 2014-2020	VALOR 2020	TACC 2014-2032	VALOR 2032
DESARROLLAR Y PROMOVER UNA ECONOMÍA PRODUCTIVA COMPETITIVA E INTEGRADORA EN EL PAIS	PIB sobre valor agregado (%)	-0,77%	7,6	1,7%	8,4	2,3%	11,5
POTENCIAR EL CAPITAL HUMANO DENTRO DE LAS EMPRESAS PARA GENERAR EMPLEO	Empleo (número personas)	-0,78%	105.960	0,6%	110.000	1,0%	127.000
CERRAR LA BRECHA ENTRE LOS SECTORES TEXTIL Y CONFECCIÓN	Ventas (billones COP\$)	4,06%	11,3	4,7%	15	5,1%	27,70
DESARROLLAR INDUSTRIAS BASADAS EN PRODUCTOS DE VALOR AGREGADO	Valor agregado* (miles de millones de COP\$)	2,88%	4.369,44	3,5%	5.550	4,5%	10.000
INCREMENTAR EL GRADO DE INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL	Exportaciones (millones)	-6,07%	894,70	13,4%	1.900	10,4%	5.300
AUMENTAR LA DIMENSIÓN DE LAS EMPRESAS							
MEJORAR LA COMPETITIVIDAD LOCAL Y GLOBAL A TRAVES DE LA EFICIENCIA	Productividad (producción/empleo)	2,34%	0,09	3,4%	0,11	4,3%	0,19

3 INDICADORES DE SEGUIMIENTO DE LOS ESCENARIOS PROSPECTIVOS

LAS ESTRATEGÍAS PLANTEADAS EN EL CORTO, MEDIO Y LARGO PLAZO ESTÁN PLANTEADAS EN BASE A UNOS ESCENARIOS PROSPECTIVOS QUE SALEN DE LAS DIMENSIONES Y FACTORES INFLUENCIADORES DEFINIDOS EN ESTE INFORME. CON OBJETO DE VALIDAR QUE ESTAS ESTRATEGIAS SON LAS ADECUADAS ES NECESARIO, DURANTE LA EJECUCIÓN DE LA HOJA DE RUTA, IR MEDIENDO COMO ESTAS VARIABLES VAN EVOLUCIONANDO CON EL TIEMPO, LAS CUALES HACEN REFERENCIA AL COSTO PAÍS Y FACTORES MUNDIALES, TALES COMO:

FLUCTUACIONES DEL DOLAR

COSTE DE LA ENERGÍA

IMPUESTOS

ESTABILIDAD POLÍTICA

TASA DE INTERÉS

LEGISLACIÓN ARANCELARIA

LEGISLACIÓN MEDIOAMBIENTAL

LEGISLACIÓN LABORAL